

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 20.06.2022 12:07:36
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»**

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Брендинг города

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

38.00.00 «Экономика и управление»

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

Экономика города

2022 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Брендинг города» является освоение технологий формирования бренда территории как инструмента социально-экономического развития городских населенных пунктов и повышения их конкурентоспособности и устойчивости.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Брендинг города» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы
		УК-2.2. Анализирует план-график реализации проекта в целом и выбирает оптимальный способ решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений
		УК-2.3. Контролирует ход выполнения проекта, корректирует план-график в соответствии с результатами контроля
ОПК-3	Способен анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро и макроуровне	ОПК-3.1. Применяет теоретические и методологические знания о принципах, законах и механизмах рыночной экономики на уровне экономических субъектов
		ОПК-3.2. Применяет принципы и методику экономического анализа при обосновании механизмов и закономерностей функционирования экономики на микро- и макроуровне
		ОПК-3.3. Анализирует и объясняет движущие силы и сущность природы экономических процессов и событий, происходящих в экономике
ПКО-5	Разработка стратегий и программ улучшения бизнес-среды города	ПКО-5.1. Способен выявлять ключевые проблемы бизнес-среды города
		ПКО-5.2. Способен определять индикаторы бизнес-среды и целевые значения их показателей
		ПКО-5.3. Способен разработать механизмы и инструменты достижения целевых показателей
		ПКО-5.4. Способен разработать мероприятия для реализации программы
		ПКО-5.5. Способен выявлять ключевые проблемы бизнес-среды города

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Брендинг города» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 ОП ВО.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Брендинг города» .

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Бизнес-климат и регулирование иностранных инвестиций в РФ	Городская логистика
ОПК-3	Способен анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро и макроуровне	Маркетинг, Проекты Комиссии ООН в городских поселениях	Городской туризм
ПКО-5	Разработка стратегий и программ улучшения бизнес-среды города	Проекты Комиссии ООН в городских поселениях	Предпринимательский климат городов РФ

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Брендинг городов» составляет 3 зачетных единиц.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		5	6	7	8
Контактная работа, ак.ч.	34			34	
в том числе:					
Лекции (ЛК)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Практические/семинарские занятия (СЗ)	34			34	
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	47			47	
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	27			27	
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108		108	
	зач.ед.	3		3	

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 1. Теоретические аспекты внедрения технологий брендинга города	Тема 1.1. Брендинг городов как технология	СЗ
	Тема 1.2. Подходы к оценке эффективности брендинга городов	СЗ
Раздел 2. Технология брендинга города	Тема 2.1. Организация процесса разработки концепции бренда города	СЗ
	Тема 2.2. Инструменты развития бренда города	СЗ
Раздел 3. Опыт формирования брендов городов	Тема 3.1. Зарубежный и отечественный опыт формирования брендов городов	СЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)		
		№	Наименование Оборудования	Количество
Семинарская (105)	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	1	Ноутбук Asus F6A	1
		2	Мультимедиа проектор Casio XJ-S400UN	1
		3	Экран моторизованный Digis Electra MW DSEM - 1105	1
		№	Наименование	Реквизиты лицензии
		1	MS Windows 10 64bit	86626883
		2	Microsoft Office 2016	86626883
		3	7-Zip	free
		4	FastStone Image Viewer	free
		5	FreeCommander	free
		6	Adobe Reader	free
7	K-Lite Codec Pack	free		

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)		
		№	Наименование Оборудования	Количество
Компьютерный класс (23)	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенный персональным и компьютерам и (в количестве _____ шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	1	Моноблок HP ProOne 440 Intel I5 10500T/8 GB/256 GB/audio, монитор 24"	21
		2	Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W	1
		3	Экран моторизованный Digis Electra 200*150 Dsem-4303	1
		№	Наименование	Реквизиты лицензии
		1	MS Windows 10 64bit	86626883
		2	Microsoft Office 2016	86626883
		3	1С Предприятие 8.3	9878708
		4	Eviews 7	70U00460
		5	Система БЭСТ-ОФИС	40475
		6	Expert Systems	18487N
		7	7-Zip	free
		8	FastStone Image Viewer	free
		9	FreeCommander	free
		10	Adobe Reader	free
		Для самостоятельной работы обучающихся (23)	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерам и с доступом в ЭИОС.	1
2	Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W			1
3	Экран моторизованный Digis Electra 200*150 Dsem-4303			1
№	Наименование			Реквизиты лицензии
1	MS Windows 10 64bit			86626883
2	Microsoft Office 2016			86626883
3	1С Предприятие 8.3			9878708
4	Eviews 7			70U00460
5	Система БЭСТ-ОФИС			40475
6	Expert Systems			18487N
7	7-Zip			free
8	FastStone Image Viewer			free
9	FreeCommander			free
10	Adobe Reader			free

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)		
		11	K-Lite Codec Pack	free
		12	Корпорация Галактика	free

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Маркетинг территорий : учебник и практикум для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 258 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-03593-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/432781>

2. Маркетинг территорий : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. А. Угрюмова [и др.] ; под общей редакцией А. А. Угрюмовой, М. В. Савельевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 381 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04517-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/438882>

3. Логунцова, И. В. Маркетинг территорий : учебник и практикум для академического бакалавриата / И. В. Логунцова, И. В. Малькова. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 163 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-09402-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/445033>

4. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий : учебное пособие для академического бакалавриата / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 208 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07732-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/437354>

Дополнительная литература:

1. Щербинин А.И., Щербинина Н.Г., Севостьянов А.В. Конструирование города-бренда / А.И. Щербинин, Н.Г. Щербинина, А.В. Севостьянов – М.: Издательство «Аспект-Пресс», 2018

2. Бренд территории: создание и продвижение. Как это делается в России. Практическое руководство / Блашенкова В.. – М.: ОАО «Можайский полиграфический комбинат», 2011

3. Денис Визгалов: пусть города живут / сост. Михаил Губергриц, Надежда Замятина, Михаил Ледовский. – Москва: Сектор, 2015

3. Динни, К Бренддинг территорий. Лучшие мировые практики / Под ред. Кейта Динни; пер. с англ. Веры Сечной. – М: Манн, Иванов и Фербер, 2013

3. Дубейковский В.А. Бренд города? 35 ответов. – М., Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2015

4. Котлер, Филип Как завоевать города и страны / Филип и Милтон Котлер; [пер. с англ. Ю.Канашевой]- Москва: Эксмо, 2015

5. Maia Bloomfield Cucchiara. Marketing Schools, Marketing Cities: Who Wins and Who Loses When Schools Become Urban Amenities, 2013

6. Tim W. Belcher Invigorate Your Territory: Marketing Activities For Territory Managers. – Timothy Belcher, 2016

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>
- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>
- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

2. Базы данных и поисковые системы:

- Научная электронная библиотека <https://elibrary.ru>
- Сайт Федеральной службы государственной статистики. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>
- Сайт Министерства экономического развития Российской Федерации. – Режим доступа: <http://www.economy.gov.ru>
- Сайт Министерства регионального развития России: <http://www.minregion.ru>
- База статистических данных Всемирного банка <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators>
- База статистических данных Программы развития ООН <https://hdr.undp.org/en/data>
- База статистических данных Международного валютного фонда <https://data.imf.org>
- Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации <http://docs.cntd.ru/>
- Реферативная база данных SCOPUS <http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

Все учебно-методические материалы для освоения дисциплины «Брендинг города» размещены на странице практики в ТУИС:

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Брендинг города» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН (<http://esystem.rudn.ru/course/view.php?id=11578>). Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

* - Ом и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

РАЗРАБОТЧИКИ:

Доцент кафедры региональной
экономики и географии



Подпись

Креиденко Т.Ф.

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Зав. Кафедрой региональной
экономики и географии



Подпись

Холина В.Н.

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Зав. Кафедрой региональной
экономики и географии



Подпись

Холина В.Н.

Фамилия И.О.