

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 24.05.2023 17:36:19
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов
имени Патриса Лумумбы» (РУДН)**

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Брендинг города

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МСЧН для направления подготовки/специальности:

38.00.01 «Экономика»

(код и наименование направления подготовки/специальности)

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

Экономика города

2023 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.