

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 11.05.2026 17:03:44  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»  
Экономический факультет**  
\_\_\_\_\_  
(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **ИМИДЖ ТЕРРИТОРИЙ**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

### **38.03.01 ЭКОНОМИКА**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

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

### **ЭКОНОМИКА ГОРОДА**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2026 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Имидж территорий» входит в программу бакалавриата «Экономика города» по направлению 38.03.01 «Экономика» и изучается в 3 семестре 2 курса. Дисциплину реализует Кафедра региональной экономики и географии. Дисциплина состоит из 2 разделов и 7 тем и направлена на изучение влияния современного имиджа территории на её экономическое развитие (рост конкурентоспособности, привлечение инвестиций и трудовых ресурсов, развитие внутреннего туризма, расширение рынка сбыта региональных продуктов). Особое внимание уделяется анализу имиджа территории как основополагающего фактора продвижения общегосударственных и региональных внешнеэкономических и политических проектов отдельных территорий.

Целью освоения дисциплины является освоения дисциплины является формирование комплексного представления о теоретических основах и практических инструментах создания, продвижения и оценки имиджа территорий для решения конкретных задач её развития. □ Структура дисциплины выстроена так, чтобы охватить темы, в наибольшей степени связанные с механизмами формирования, трансформации и продвижения устойчивых образов территорий как стратегических ресурсов современной экономики. Логика курса последовательно проводит студента от анализа существующего имиджа и идентичности территории к разработке комплексной стратегии позиционирования. □ Вы освоите: методы анализа конкурентной среды и идентичности территории для последующего позиционирования; технологии стратегического планирования в сфере территориального брендинга; подходы к оценке социально-экономической и коммуникационной эффективности имиджевых проектов. Часть материалов посвящена специфике работы с кризисными ситуациями, а также современным цифровым технологиям продвижения территорий (геобрендинг, событийный маркетинг, работа с лидерами мнений). □ Практическая значимость дисциплины заключается в формировании у студентов системного понимания роли территориального имиджа в международных экономических и социально-политических процессах, а также развитие профессиональных компетенций, необходимых для разработки и реализации комплексных коммуникационных проектов, направленных на рост нематериальных активов и инвестиционной привлекательности территорий.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Имидж территорий» 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-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов; УК-1.2 Анализирует и контекстно обрабатывает информацию для решения поставленных задач с формированием собственных мнений и суждений; УК-1.3 Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования;
УК-12	Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых	УК-12.1 Осуществляет поиск нужных источников информации и данных, воспринимает, анализирует, запоминает и передает информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач;

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
	средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных	УК-12.2 Проводит оценку информации, ее достоверность, строит логические умозаключения на основании поступающих информации и данных;
ПК-1	Способен, используя отечественные и зарубежные источники информации, собирать необходимые данные, анализировать их и готовить информационные обзоры и аналитические отчеты для решения задач профессиональной деятельности	ПК-1.1 Осуществляет поиск информации для решения, поставленной задачи профессиональной деятельности; ПК-1.2 Анализирует и контекстно обрабатывает информацию для решения поставленных профессиональных задач;

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Имидж территорий» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Имидж территорий».

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-12	Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на	<i>Креативность и инновации в бизнесе**;</i> <i>Основы трейдинга на фондовом рынке**;</i> <i>Математическая логика и теория алгоритмов**;</i> <i>Навыки и технологии публичных презентаций**;</i> <i>Введение в цифровизацию учета бизнес-процессов**;</i> <i>Страховой бизнес**;</i> <i>Цифровая грамотность;</i> <i>Тайм-менеджмент**;</i> <i>Основы предпринимательства**;</i> <i>Визуализация пространственных данных в экономике**;</i> <i>Теория и практика международного бизнеса**;</i> <i>История финансовых потрясений</i>	<i>Корпоративное мошенничество: как обезопасить бизнес**;</i> <i>Основы создания личного бренда**;</i> <i>Phygital-технологии в экономике**;</i> <i>Девелопмент: городские и региональные инвестиционные проекты**;</i> <i>Международные экономические организации**;</i> <i>Экономические модели развития городов**;</i> <i>Экономика умного города (Smart City)**;</i> <i>Python и SQL в экономике и</i>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	основании поступающих информации и данных	<p><i>в мировой экономике**;</i>  <i>Психология личности и профессиональное самоопределение**;</i>  <i>Основы технологии продвижения в экономике и управлении**;</i>  <i>Безопасность в цифровой среде**;</i>  <i>Основы экономической безопасности**;</i>  <i>Тренинг: работа с международной статистикой**;</i>  <i>Основы международных стандартов учета и аудита**;</i>  <i>Бизнес-климат и регулирование иностранных инвестиций в РФ**;</i>  <i>Технологический суверенитет в многополярном мире**;</i></p>	<p>управлении;  Прикладной искусственный интеллект в экономике;  Преддипломная практика;  Проектно-технологическая практика;  <i>Экономика и финансы устойчивого развития**;</i>  <i>Цифровой банкинг**;</i>  <i>Бизнес в Интернет**;</i>  <i>Дизайн-мышление**;</i>  <i>Проектный анализ**;</i>  <i>Компьютерные инструменты бизнес-аналитики**;</i>  <i>Учет на предприятиях малого бизнеса**;</i>  <i>1С:Предприятие**;</i></p>
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p><i>Ознакомительная практика;</i>  <i>Математика (Часть 1);</i>  <i>Микроэкономика;</i>  <i>Макроэкономика;</i>  <i>Экономическая география;</i>  <i>Технологический суверенитет в многополярном мире**;</i>  <i>История финансовых потрясений в мировой экономике**;</i>  <i>Бизнес-климат и регулирование иностранных инвестиций в РФ**;</i>  <i>Креативность и инновации в бизнесе**;</i>  <i>Визуализация пространственных данных в экономике**;</i>  <i>Основы экономической безопасности**;</i>  <i>Введение в цифровизацию учета бизнес-процессов**;</i>  <i>Тайм-менеджмент**;</i>  <i>Навыки и технологии публичных презентаций**;</i>  <i>Математическая логика и теория алгоритмов**;</i>  <i>Основы предпринимательства**;</i>  <i>Основы трейдинга на фондовом рынке**;</i>  <i>Теория и практика международного бизнеса**;</i>  <i>Психология личности и профессиональное самоопределение**;</i>  <i>Основы технологии продвижения в экономике и управлении**;</i>  <i>Безопасность в цифровой среде**;</i>  <i>Тренинг: работа с международной статистикой**;</i>  <i>Основы международных</i></p>	<p><i>Мировая экономика;</i>  <i>Экономическая статистика;</i>  <i>Математика (Часть 2);</i>  <i>Институциональная экономика;</i>  <i>Международные экономические отношения;</i>  <i>Формы городского неравенства**;</i>  <i>Компьютерные инструменты бизнес-аналитики**;</i>  <i>Проектный анализ**;</i>  <i>Основы оценки недвижимости**;</i>  <i>Маркетинг;</i>  <i>Корпоративное мошенничество: как обезопасить бизнес**;</i>  <i>Дизайн-мышление**;</i>  <i>Основы создания личного бренда**;</i>  <i>Бизнес в Интернет**;</i>  <i>Phygital-технологии в экономике**;</i>  <i>Девелопмент: городские и региональные инвестиционные проекты**;</i>  <i>Цифровой банкинг**;</i>  <i>Международные экономические организации**;</i>  <i>Экономика и финансы устойчивого развития**;</i>  <i>Russia and its Regions: Geography, Economy and Geopolitics**;</i>  <i>Проектно-технологическая</i></p>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		<i>стандартов учета и аудита**;</i> <i>Страховой бизнес**;</i>	<i>практика;</i> <i>Преддипломная практика;</i> <i>Методы исследования городской среды**;</i> <i>Методика написания курсовой работы;</i> <i>Геоурбанистика;</i> <i>Девелопмент**;</i>
ПК-1	Способен, используя отечественные и зарубежные источники информации, собирать необходимые данные, анализировать их и готовить информационные обзоры и аналитические отчеты для решения задач профессиональной деятельности	<i>Экономическая география;</i> <i>Введение в цифровизацию учета бизнес-процессов**;</i> <i>Креативность и инновации в бизнесе**;</i> <i>Основы технологии продвижения в экономике и управлении**;</i> <i>Безопасность в цифровой среде**;</i> <i>Основы экономической безопасности**;</i> <i>Тренинг: работа с международной статистикой**;</i> <i>Основы международных стандартов учета и аудита**;</i> <i>Бизнес-климат и регулирование иностранных инвестиций в РФ**;</i> <i>Технологический суверенитет в многополярном мире**;</i> <i>Страховой бизнес**;</i> <i>Тайм-менеджмент**;</i> <i>Навыки и технологии публичных презентаций**;</i> <i>Математическая логика и теория алгоритмов**;</i> <i>Основы предпринимательства**;</i> <i>Визуализация пространственных данных в экономике**;</i> <i>Основы трейдинга на фондовом рынке**;</i> <i>Теория и практика международного бизнеса**;</i> <i>История финансовых потрясений в мировой экономике**;</i>	<i>Python и SQL в экономике и управлении;</i> <i>Корпоративное мошенничество: как обезопасить бизнес**;</i> <i>Дизайн-мышление**;</i> <i>Основы создания личного бренда**;</i> <i>Бизнес в Интернет**;</i> <i>Phygital-технологии в экономике**;</i> <i>Девелопмент: городские и региональные инвестиционные проекты**;</i> <i>Цифровой банкинг**;</i> <i>Международные экономические организации**;</i> <i>Экономика и финансы устойчивого развития**;</i> <i>Компьютерные инструменты бизнес-аналитики**;</i> <i>Проектный анализ**;</i> <i>ИС:Предприятие**;</i> <i>Учет на предприятиях малого бизнеса**;</i> <i>Экономические модели развития городов**;</i> <i>Экономика умного города (Smart City)**;</i> <i>Прикладной искусственный интеллект в экономике;</i> <i>Преддипломная практика;</i> <i>Проектно-технологическая практика;</i>

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

\*\* - элективные дисциплины /практики

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Имидж территорий» составляет «2» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			3
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	29		29
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	9		9
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>ак.ч.</b>	<b>72</b>	<b>72</b>
	<b>зач.ед.</b>	<b>2</b>	<b>2</b>

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	Территориальный имиджмейкинг: понятия, подходы, направления.	1.1	Имидж и репутация территории как основа ее продвижения в конкурентной среде	Понятия имиджа и репутации территории: соотношение и взаимовлияние. Роль позитивного имиджа и устойчивой репутации в повышении конкурентоспособности региона. Имидж и репутация как нематериальные активы территории, определяющие ее инвестиционную, туристическую и социальную привлекательность. Целевые аудитории имиджевых стратегий (инвесторы, туристы, жители, институциональные партнеры) и дифференциация имиджевых сообщений.	ЛК, СЗ
		1.2	Подходы к формированию имиджа регионов мира и его измерению	Современные технологии имиджмейкинга и возможности их использования в формировании положительного имиджа территорий. Сущность и специфика подходов (маркетинговые подходы, геополитические и ценностно-ориентированные подходы). Адаптация комбинацию подходов под историко-культурные особенности региона и текущую политико-экономическую конъюнктуру. Стоимость бренда страны (Brandfinance). Методы измерения и инструменты оценки имиджа территории. Рейтинги как отражение оценки территориальных брендов. Стоимость бренда страны (Brandfinance).	ЛК, СЗ
Раздел 2	Инструменты формирования имиджа территории.	2.1	Ресурсы территории как фактор формирования имиджа территории	Понятие и классификация ресурсов территории (природно-ресурсный потенциал, экономико-производственные, человеческие, культурно-исторические, институциональные, туристско-рекреационные и др.). Роль ресурсной базы в позиционировании территории: уникальные ресурсы как основа территориальной идентичности и конкурентного преимущества. Ресурсный подход в имиджевых стратегиях: трансформация ресурсов в символический капитал и брендинговые атрибуты территории.	ЛК, СЗ
		2.2	PR-технологии в формировании имиджа территории	Основные направления PR-деятельности по формированию и продвижению позитивного имиджа региона. Инструментарий территориального PR: медиапланирование, событийный маркетинг, дизайн и визуализация пространственной среды,	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы	Содержание темы	Вид учебной работы*
			работа с лидерами мнений, информационные поводы.	
		2.3 Взаимодействие со СМИ как инструмент создания и продвижения имиджа территории	Эффективность взаимодействия со СМИ как инструмента продвижения имиджа территории: метрики публикационной активности, тональность упоминаний, индекс цитируемости региона, трансформация восприятия ключевыми стейкхолдерами.	ЛК, СЗ
		2.4 Система управления имиджем территории	Понятие и сущность системы управления имиджем территории как комплекса организационных, маркетинговых и коммуникационных механизмов. Объекты и субъекты управления имиджем территории. Инструментарий управления: имиджевый аудит и мониторинг восприятия территории; брендинг территорий как ядро управленческой системы. Взаимодействие с целевыми аудиториями.	ЛК, СЗ
		2.5 Зарубежный и отечественный опыт формирования имиджа территорий	Сравнительный анализ успешных кейсов: зарубежные и отечественные практики. Адаптация зарубежных технологий в российских условиях: институциональные и культурные барьеры, учет геополитических и экономических факторов. Вызовы и перспективы.	ЛК, СЗ

\* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/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)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	

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

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Джанджугазова Е. А. Маркетинг туристских территорий : учебник для вузов / Е. А. Джанджугазова. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 205 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21280-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569499>

2. Жильцова О. Н. Маркетинг территорий : учебник и практикум для вузов / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 268 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03593-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583063>

3. Логунцова И. В. Маркетинг территорий : учебник для вузов / И. В. Логунцова, И. В. Малькова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 160 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18653-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583028>

4. Маркетинг территорий : учебник для вузов / под общей редакцией А. А. Угрюмовой, М. В. Савельевой, Е. В. Ерохиной. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 451 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16317-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/585768>

*Дополнительная литература:*

1. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики : произв.-практ. изд. / под ред. К. Динни ; пер. с англ. В. Сечной. - Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. - 325 с.

2. Дзюба С. Ф. Инновационное управление территорией - маркетинговое осмысление = InnovativE Territory ManagemenT - Marketing Thinking / С. Ф. Дзюба // Экономика и предпринимательство. - 2021. - № 2. - С. 598-600.

3. Дроздова Ю. А. Имидж региона в стратегии развития территории : монография / Ю. А. Дроздова. – Волгоград : Издательство Волгоградского института управления – филиала ФГБОУ ВО РАНХиГС, 2021. - 396 с. – ISBN 978-5-7786-0817-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2222885>

4. Родькин П. Е. Брендинг территорий: городская идентичность и дизайн : учебное пособие / П. Е. Родькин. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. - 92 с. - ISBN 978-5-4499-1291-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1908047>

5. Спирина Н. А. Мультисенсорный брендинг как инструмент продвижения территории: практический аспект / Н. А. Спирина, С. А. Маковкина // Маркетинг в России и за рубежом. - 2018. - № 6. - С. 72-82.

*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

<https://mega.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС «Юрайт» <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)

- ЭБС «Знаниум» <https://znanium.ru/>

2. Базы данных и поисковые системы

- Sage <https://journals.sagepub.com/>

- Springer Nature Link <https://link.springer.com/>

- Wiley Journal Database <https://onlinelibrary.wiley.com/>

- Научометрическая база данных Lens.org <https://www.lens.org>

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

1. Курс лекций по дисциплине «Имидж территорий».

\* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

**РАЗРАБОТЧИК:**

<hr/> <i>Должность, БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	Массарова Алена Рамильевна <hr/> <i>Фамилия И.О.</i>
-----------------------------	----------------------	--

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

<hr/> <i>Должность БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	Холина Вероника Николаевна [МД] заведующий кафедрой <hr/> <i>Фамилия И.О.</i>
----------------------------	----------------------	--

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

<hr/> <i>Должность, БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	Холина Вероника Николаевна <hr/> <i>Фамилия И.О.</i>
-----------------------------	----------------------	--