

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## ФТД.1 Брендинг территорий

по направлению подготовки: 39.03.01 Социология

по профилю «Экономическая социология»

Квалификация выпускника: БАКАЛАВР

Выпускающая кафедра: ГМУС

Кафедра-разработчик рабочей программы: «Государственного, муниципального управления и социологии»

### **1. Цели освоения дисциплины**

Целями освоения дисциплины «Брендинг территорий» являются:

- а) знакомство и освоение понятий бренда территории, технологий его построения, формирования, развития;
- б) формирование навыков деятельности в области разработки и формированию брендов территорий.

### **2. Содержание дисциплины «Брендинг территорий»:**

Введение в курс. Глобальные предпосылки возникновения брендинга территорий

История возникновения брендинга территорий

Переход от маркетинга территорий к брендингу территорий

Бренд территории: понятие, структура и условия возникновения бренда города/региона/страны

Технология позиционирования территории: поиск идентичности и разработка концепции бренда

Технология формирования имиджа бренда: выращивание бренда в городской/региональной/национальной среде

Инновационные инструменты развития бренда территории

Брендинг территорий как путь к спасению депрессивных регионов

### **3. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

1) Знать:

- а) процесс создания, продвижения брендов территорий и управления ими;
- б) основные понятия и стратегии брендинга;
- в) принципы формирования бренда;
- г) технологию управления активами бренда;
- д) особенности брендинга территорий в разных отраслях и сферах деятельности, в разных социо-культурных средах.

2) Уметь:

- а) применять на практике методы анализа, креатива и инноваций в брендинге;
- б) применять на практике рациональные стратегии и тактики управления брендом;
- в) ориентироваться в маркетинговых, семиотических и коммуникативно-психологических законах брендинга;
- г) развивать умения по анализу формирования лояльности бренду территории;
- д) разрабатывать концепции позиционирования территорий.

3) Владеть:

- а) методами практического построения пирамиды ценностей бренда территории;
- б) технологиями моделирования бренд-имиджа территории;
- в) приемами сегментирования и позиционирования бренда территории.

Зав.каф. ГМУС

Тузииков А.Р.