

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ФТД.1 «Брендинг территорий»

по направлению подготовки: 39.03.01 «Социология»

по профилю «Экономическая социология и маркетинг»

Квалификация выпускника: БАКАЛАВР

Выпускающая кафедра: ГМУС

Кафедра-разработчик рабочей программы: ГМУС

1. Цели освоения дисциплины

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

1. Введение в курс «Брендинг территорий,
2. История возникновения брендинга территорий,
3. Переход от маркетинга территорий к брендингу территорий,
4. Бренд территории
5. Технология позиционирования территории,
6. Формирование имиджа и продвижение бренда территории
7. Инновационные инструменты развития бренда территории
8. 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) методами сегментирования и позиционирования бренда территории.

Зав.каф. ГМУС

 Гузиков А.Р.