

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.04.01 Территориальный маркетинг и брендинг

Авторы:

Кандидат юридических наук, доктор экономических наук, профессор кафедры территориального развития им. В.Л. Глазычева Маркварт Эмиль

Руководитель проектного бюро CityBranding В.А. Дубейковский

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.02 Менеджмент «Управление проектами территориального развития»

Квалификация выпускника: Магистр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать следующие компетенции:

УК-1 Способность осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий

ПК-2 Способность обеспечить финансово-экономическую подготовку проекта государственно-частного партнерства, включая финансовую модель

ПК-5 Способность проведения экспертной оценки свойств и качеств исследуемого объекта градостроительной деятельности

План курса:

Раздел 1 Основы территориального маркетинга и брендинга

Раздел 2 Разработка территориального бренда

Раздел 3 Управление и монетизация территориального бренда.

Формы и методы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
УК-1	Способность осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать	Абстрактное мышление в проектной деятельности	Знать о методах анализа и синтеза применительно к управлению территориальными проектами Уметь формировать

	стратегию действий		проектные концепции с учетом методов синтеза
		Способность моделирования идеальных объектов в менеджменте	<p>Знать о принципиальной последовательности проектной деятельности, с учетом абстрактного мышления</p> <p>Уметь формировать проектные концепции с учетом методов синтеза</p>
ПК-2	Способность обеспечить финансово-экономическую подготовку проекта государственно-частного партнерства, включая финансовую модель	Разработка технических заданий на выполнение работ по финансово-экономической подготовке проекта государственно-частного партнерства	<p>Знать методики, используемые в проектном управлении для определения целей и постановки задач</p> <p>Уметь собирать, анализировать, систематизировать сведения и данные, документировать требования к проектам и процессам организации, их ресурсному обеспечению</p>
ПК-5	Способность проведения экспертной оценки свойств и качеств исследуемого объекта градостроительной деятельности	Оценка свойств и качеств объекта исследования (объекта градостроительной деятельности), включая анализ рисков, с учетом собранной информации, выбранных методов оценки и результатов анализа	<p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы, приемы и средства исследований в сфере градостроительной деятельности - методы и приемы анализа и оценки рисков в градостроительной деятельности <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать и оценивать факторы, оказывающие влияние на качество и безопасность объектов градостроительной деятельности и связанных с этими факторами рисков - получать и предоставлять

			необходимые сведения в ходе коммуникаций в контексте профессиональной деятельности в рамках работ по оценке качества и экспертизе для градостроительной деятельности
--	--	--	--

В ходе реализации дисциплины «Территориальный маркетинг и брендинг» используются следующие методы текущего контроля и промежуточной аттестации успеваемости обучающихся: деловая игра, диспут, экзамен.

Основная литература:

1. Дубейковский В. А. Делай как Урюпинск: практикум по развитию провинциального города. — Урюпинск: СитиБрендинг, 2017. — 64 с.