

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ
СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Институт государственной службы и управления

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
БРЕНДИНГ ГОРОДОВ И ТЕРРИТОРИЙ.
АРХИТЕКТУРНЫЙ И ГРАДОСТРОИТЕЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ.
ДИЗАЙН-КОД**

по дополнительной профессиональной программе
профессиональной переподготовки

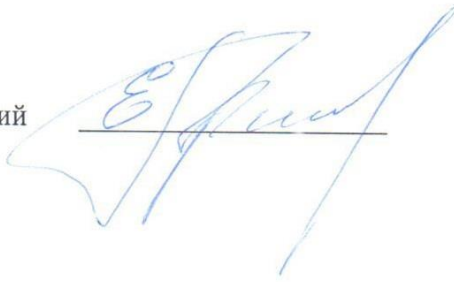
**«Мастер территориального развития – Master in Territorial Development
(MTD)»**

*Мастер менеджмента по специализации» (SMM)
– Specialized Master of Management*

Москва, 2025

Автор(ы)–составитель(и):

WorkLine, президент группы компаний



Е.И.Громова

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ	4
3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	5
5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СЛУШАТЕЛЕЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	7
6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ	8
7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	11
8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	12
9. ХАРАКТЕРИСТИКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ МОДУЛЯ	13

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины – формирование у слушателей теоретических знаний и практических навыков в области стратегического управления территориями, включая умение определять маркетинговый и инвестиционный потенциал, характерные особенности и перспективы развития территорий, планировать эффективное использование имеющихся ресурсов и привлечение инвестиций.

Задачи дисциплины:

- Дать слушателям представление о современных тенденциях маркетинговой политики территорий в России и за рубежом
- Сформировать навыки применения инструментов архитектурного и градостроительного маркетинга для развития территорий.
- Ознакомить слушателей с лучшими практиками применения PR-технологий в целях обеспечения успешного социально-экономического развития территорий.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Таблица 1

Общепрофессиональные компетенции (ОПК) (совершенствуются)	Знания	Умения	Практический опыт
УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	Знать: – социокультурные различия, традиции и особенности социальных, этнических и конфессиональных групп, существующих на территории Российской Федерации; – основы делового общения, принципы и методы организации деловых коммуникаций	Уметь: – учитывать этнокультурные, этноконфессиональные и этнопсихологические особенности поведения и общения; – воспринимать существующие различия в соответствии с базовыми гуманитарными принципами и выстраивать на этой основе продуктивные рабочие взаимоотношения в коллективе.	Владеть навыками: – межкультурной коммуникации; – руководства разнородными коллективами; – организации профессиональной деятельности сотрудников; – нивелирования конфликтов, причиной которых могут быть личностные особенности или социокультурные различия членов коллектива.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 2

Вид учебной работы	Количество часов (час.)	С применением электронного обучения и (или) дистанционных образовательных технологий
Контактная работа слушателя с преподавателем, в том числе:	-	14
лекционного типа (Л) / Интерактивные занятия (ИЗ)	-	6/6
лабораторные занятия (практикум) (ЛЗ) / Интерактивные занятия (ИЗ)	-	-
Практические (семинарские) занятия (ПЗ) / Интерактивные занятия (ИЗ)	-	8/8
Самостоятельная работа слушателя (СР)	-	10
Контактная самостоятельная работа (КСР)		0
Промежуточная аттестация	форма	Зач.
	час.	
Общая трудоемкость по учебному плану (час./з.е)	-	26

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Структура дисциплины

Таблица 3

№п/п	Наименование тем дисциплины	Общая трудоемкость, час.	Контактная работа, час.					Самостоятельная работа, час	Контактная работа (с применением дистанционных образовательных технологий, электронного обучения), час					Самостоятельная работа, час	Текущий контроль успеваемости ¹	Промежуточная аттестация (форма/час)	Код компетенции
			Всего	В форме практической подготовки	В том числе				Всего	В форме практической	В том числе						
					Лекции / в интерактивной форме	Практические (семинарские) занятия / в	Контактная самостоятельная работа, час				Лекции / в интерактивной	Практические (семинарские)	Контактная самостоятельная				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1.	Современные тенденции маркетинговой политики территорий в России и за рубежом	4	0	-	0	0	-	-	2	-	2/2	0	-	2	О, Д	-	УК-5
2.	Современные тенденции применения инструментов маркетинга и брендинга для развития территорий в России и за рубежом. Лучшие практики.	6	0	-	0	0	-	-	4	-	2/2	2/2	-	2	О, Д	-	УК-5
3.	Особенности PR территорий в Российской Федерации	4	0	-	0	0	-	-	2	-	0	2/2	-	2	О, Д	-	УК-5
4.	Дизайн-код российских городов	10	0	-	0	0	-	-	6	-	2/2	4/4	-	4	О, Д	-	УК-5
	Итого:	24	0	-	0	0	-	-	14	-	6	8	-	10	-	3(Т) 2 ч	-

¹ О – опрос, Д – диспут

4.2. Содержание дисциплины

Таблица 4

Номер темы (раздела)	Содержание темы (раздела)	
	Темы лекций	Темы практических (семинарских) занятий
Тема 1. Современные тенденции маркетинговой политики территорий в России и за рубежом	<p>Подходы к управлению развитием территорий (регионов и муниципальных образований). Региональная политика государства. Современные тенденции регионального развития в России и за рубежом. Региональное развитие и развитие регионов. Современные факторы и тренды развития территорий.</p> <p>Виды развития территорий. Экономическое развитие. Социально-экономическое развитие. Устойчивое развитие. Инновационное развитие. Комплексное развитие.</p> <p>Потенциал территории и его задействование. Местоположение, природный, территориальный, экологический, производственный, инфраструктурный, социальный, демографический потенциал. Трудовые ресурсы. Миграционные особенности. Управление миграционными потоками. Деловая инфраструктура. Деловой климат. Инвестиционный климат. Интеллектуальный потенциал. Оценка потенциала территории. Показатели. Капитализация территории.</p>	-
Тема 2. Маркетинг территорий. Лучшие практики	<p>Основы технологии маркетинга территорий.</p> <p>Роль и значения бренда территорий на основе авторской аналитической модели «Геном территорий»² для разработки концепции развития территорий любого масштаба.</p> <p>Российские и международные кейсы. Целеполагание, аналитика, стратегия.</p> <p>Символический капитал территории. Историко-культурный потенциал</p>	<p>Знаковые фигуры, организации, события, мифы. «Портрет Генома территории» (региона, муниципального образования).</p> <p>Технологии брендинга территории.</p> <p>Индикаторы развития территории.</p> <p>Рейтинг как инструмент продвижения территории. Позиционирование региона/муниципального образования (в разных масштабах). Территориальный маркетинг (маркетинг региона, муниципального образования, места).</p> <p>Межрегиональная и межмуниципальная конкуренция / партнерство.</p> <p>Коммуникационные инструменты развития территорий. Каналы и площадки.</p>
Тема 3. Особенности и PR	-	<p>Инструменты и институты развития территории. Финансовые инструменты. Налогово-бюджетная политика.</p>

территорий в Российской Федерации		<p>Инвестиционные инструменты.</p> <p>Институциональные инструменты. Роль крупного, среднего и малого бизнеса. Роль социально-ориентированного бизнеса и НКО, местных сообществ, землячеств.</p> <p>Управление развитием. Социально-экономическая политика органов власти субъектов Российской Федерации и местного самоуправления. Политики развития территории (инвестиционная и прочие). Средства развития («работы» с Будущим - стратегирование, форсайт, прогнозирование, проектирование, планирование и другие) и их взаимосвязь.</p> <p>Стратегическое позиционирование. Взаимосвязь управления развитием региона и муниципальных образований, развитием агломераций. Управление реализацией стратегии. Взаимосвязь стратегического управления и текущего функционирования. Реализационное и соучастное проектирование. Роль зонирования, выделения центров развития разного ранга.</p>
Тема 4. Дизайн-код российских городов	<p>Применение методологии соучаствующего проектирования.</p> <p>Встречи с заинтересованными сторонами</p> <p>Формирование единой платформы по внесению идей от профессионального сообщества</p> <p>Поддержание темы дизайн-кода в информационном пространстве.</p> <p>Обретение регламентом юридической формы и силы</p> <p>Синхронизация внедрения дизайн-кода с нацпроектами и региональными программами</p> <p>Экономическая составляющая проекта</p> <p>Возможные сложности при внедрении дизайн-кода.</p>	<p>Градостроительный анализ.</p> <p>Анализ существующих проблем городской среды</p> <p>Выявление городской идентичности.</p> <p>Определение команды разработчиков</p> <p>Этапы разработки</p> <p>Стандарт оформления и размещения информационных конструкций на фасадах зданий</p> <p>Стандарт оформления элементов фасадов зданий</p> <p>Архитектурно-художественные концепции улиц</p>

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СЛУШАТЕЛЕЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Вопросы для самостоятельной подготовки:

1. Роль разных производственных и технологических укладов в развитии региона. Экономика сервисная / экономика знаний.
2. Различие между региональным развитием и развитием региона.
3. Современные факторы и тренды развития территорий.
4. Роль различных видов партнерств (ГЧП, МЧП, ГМП и других) в развитии региона.

5. Роль межрегиональных связей в развитии региона. Роль межмуниципальных связей в развитии муниципальных связей и развитии региона в целом. Сочетание конкуренции и партнерства.

6. Роль крупного, среднего и малого бизнеса в рекламе и продвижении региона / муниципального образования.

7. Роль социально-ориентированного бизнеса и НКО, местных сообществ, землячеств в развитии региона / муниципального образования.

8. Территориальный маркетинг (региона, муниципального образования, места).

9. Управление реализацией стратегии развития региона / муниципального образования. Программно-проектная реализация.

10. Суть соучастного/совместного проектирования в развитии территорий.

11. Коммуникационные инструменты развития. Каналы и площадки взаимодействия.

Для подготовки ответов на перечисленные вопросы слушатели опираются на учебные пособия, перечисленные в разделе 7.2., а также на самостоятельно найденные источники и литературу по темам.

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Текущий контроль знаний по дисциплине проводится во время лекций в форме устного опроса (обсуждения пройденного материала), а также на практических занятиях – в виде выступлений с сообщением (докладом) и в форме участия в общей дискуссии.

Объектами оценивания выступают:

- учебная работа слушателей по освоению дисциплины (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);

- степень усвоения теоретических знаний;

- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;

- результаты самостоятельной работы.

Активность слушателя оценивается прежде всего по его выступлениям на практических занятиях, а также по готовности дополнять ответы и выступления коллег.

Оценка носит комплексный характер, учитывает посещаемость и достижения слушателя по основным компонентам учебного процесса за текущий период.

спорить и формулировать собственные вопросы.

Критерии оценивания участия слушателя в опросе:

1. Активность.

2. Готовность отвечать на вопросы.

3. Владение фактическим материалом.

4. Способность сопоставлять полученные знания с имеющимся практическим опытом.

5. Способность формулировать укрупненную или более частную проблему для будущего обсуждения на диспуте.

Тема диспута формулируется преподавателем перед очередным практическим занятием, исходя из учебного плана, а также готовности слушателей группы к обсуждению того или иного сюжета изучаемой темы. При этом, учитываются поставленные слушателями вопросы/проблемы, требующие коллективного обсуждения.

Критерии оценивания участия слушателя в диспуте:

1. Способность слушать оппонента и возражать ему в рамках принятой деловой этики.

2. Владение фактическим материалом и способность аргументировать свою точку зрения.
3. Внимание к деталям, фактам, источникам информации.
4. Активность.
5. Уважение к коллегам.

Методические указания для слушателей по освоению дисциплины

Занятия по дисциплине представлены следующими видами работ: лекциями и практическими занятиями в формате дискуссий, а также самостоятельной работой слушателей.

В рамках самостоятельной работы слушатели самостоятельно изучают литературу, документы и интернет-источники по списку вопросов (тем дисциплины) для самостоятельного изучения, а также готовят краткие сообщения (доклады) по вопросам к практическим занятиям, для чего производится обзор интернет-сайтов, периодической литературы и профессиональных изданий, составляется компендиум или план выступления, формулируются предложения по формату, регламенту и плану предполагаемой дискуссии.

Текущий контроль знаний по дисциплине проводится во время лекций в форме устного опроса (обсуждения пройденного материала), а также на практических занятиях – в виде выступлений с сообщением (докладом), в форме участия в общей дискуссии.

Объектами оценивания выступают:

- учебная работа слушателей по освоению дисциплины (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы.

Активность слушателя оценивается прежде всего по его выступлениям на практических занятиях, а также по готовности дополнять ответы и выступления коллег.

Оценка носит комплексный характер, учитывает посещаемость и достижения слушателя по основным компонентам учебного процесса за текущий период.

Методические рекомендации по подготовке доклада

Доклад – это официальное сообщение, посвященное заданной теме, которое может содержать описание состояния дел в какой-либо сфере деятельности или ситуации; взгляд автора на ситуацию или проблему, анализ и возможные пути решения проблемы. Доклад должен быть представлен в устной форме. Структура доклада включает:

1. Введение:
 - указывается тема и цель доклада;
 - обозначается проблемное поле и вводятся основные термины доклада, а также тематические разделы содержания доклада;
 - намечаются методы решения представленной в докладе проблемы и предполагаемые результаты.
2. Основное содержание доклада:
 - последовательно раскрываются тематические разделы доклада.
3. Заключение:
 - приводятся основные результаты и суждения автора по поводу путей возможного решения рассмотренной проблемы, которые могут быть оформлены в виде рекомендаций.

Текст доклада должен быть построен в соответствии с регламентом предстоящего выступления: не более семи минут.

Рекомендации по подготовке дискуссии:

Подготовка дискуссии представляет собой проектирование слушателем обсуждения какого-либо вопроса в группе. В этих целях слушатель:

- выбирает или согласовывает с преподавателем тему (проблему) предстоящей дискуссии;
- разрабатывает вопросы, продумывает проблемные ситуации (с использованием периодической, научной литературы, а также интернет-сайтов);
- разрабатывает план-конспект обсуждения с указанием времени обсуждения, вопросов, вариантов ответов.

Обзор периодической литературы и профессиональных изданий

Результатом обзора периодической литературы является библиографический список.

Библиографический список – обязательный элемент любой научной работы – реферата, курсовой, дипломной работы, диссертации, монографии, обзора, научного отчета. Список включает литературу, используемую при подготовке текста: цитируемую, упоминаемую, а также имеющую непосредственное отношение к исследуемой теме. Большое значение имеет правильное библиографическое описание документов и рациональный порядок расположения их в списке.

Библиографический список представляет собой упорядоченные библиографические описания работ, выполненные в соответствии с государственными стандартами (ГОСТ 7.1-2003). Для составления библиографического списка используется краткое библиографическое описание, состоящее только из обязательных элементов.

Оценочные средства промежуточной аттестации

Для успешной подготовки к промежуточной аттестации рекомендуется заранее ознакомиться со списком вопросов и продумать ответы на них с опорой на материалы лекций, практических занятий, а также на информацию, полученную в ходе самостоятельного изучения источников и литературы.

Список вопросов для подготовки к зачету:

1. Виды территориальных образований. Суть развития территорий. Суть управления развитием территорий.
2. Взаимосвязь между собой вопросов развития региона и составляющих его муниципальных образований. Роль в развитии региона разных территориальных образований: разного вида и размера поселения (городские и сельские).
3. Аналитическая модель «Геном территорий» и ее применение при разработке концепции развития территорий.
4. Управленческий потенциал выделения и задействования субрегионов и субрегиональных центров в развитии региона.
5. Роль агломерационного развития в развитии региона. Значение процессов урбанизации и субурбанизации в формировании агломерационных территорий.
6. Роль отдельных значимых мест в развитии муниципального образования и региона. Роль малых городов и сельских территорий. Возможности и ограничения, которые задают для развития региона моногорода.
7. Сущностные особенности экономического / социально-экономического / комплексного / устойчивого / инновационного развития. Различия и связь экономического роста и развития региона/муниципального образования.
8. Потенциал территории. Виды потенциала и их особенности. Оценка потенциала территории. Критерии и показатели.
9. Задействование потенциала территории (превращение в ресурсы деятельности) для её развития. Суть капитализации территории.

10. Связь делового климата и инвестиционной привлекательности с развитостью и разнообразием деловой инфраструктуры.
11. Составляющие интеллектуального потенциала территории.
12. Символический капитал территории. Его составляющие. Роль символического потенциала в развитии региона/муниципального образования.
13. Перспективные средства управления развитием территориальных образований. Их взаимосвязь.
14. Стратегическое позиционирование. Позиционирование региона/муниципального образования в разных масштабах.
15. Взаимосвязь управления развитием региона и муниципальных образований.
16. Стратегическое управление развитием региона/муниципального образования и обеспечение должного функционирования. Взаимосвязь стратегического и текущего управления.
17. Варианты управления агломерационным развитием; преимущества/недостатки каждого из них. Обеспечение агломерационной связности региона.
18. Роль зонирования в развитии региона/муниципального образования. Управление выделенными зонами как зонами развития регионов.
19. Суть кластерного развития региона. Виды кластеров. Сходство и различие между территориальными и экстерриториальными кластерами и управлением развитием тех и других.
20. Взаимосвязь территориальных кластеров с зонами развития. Выделение центров/полюсов / коридоров роста в развитии региона. Суть управления развитием местом.
21. Описание «портрета» территории - его основные составляющие. Роль и место брендинга территории для её продвижения.
22. Место территориального маркетинга и брендинга в стратегировании развития региона / муниципального образования.
23. Основные индикаторы развития территории.
24. Рейтинг как инструмент продвижения территорий.

Результаты обучения на зачете оцениваются как: «зачтено»/«не зачтено».

Оценка	Требования к знаниям
«зачтено»	Слушатель продемонстрировал соответствие требуемым компетенциям, составил полное представление обо всех вопросах, рассмотренных в курсе обучения по дисциплине, самостоятельно проработал все темы курса, вынесенные в список вопросов для самостоятельной работы, демонстрирует осведомленность в новейших публикациях по темам данной дисциплины, заинтересованность в дальнейшем углублении своих знаний, способность и готовность обсуждать вопросы, затронутые в ходе изучения дисциплины.
«не зачтено»	Слушатель не способен продемонстрировать достаточных знаний по вопросам, связанным с изучением дисциплины, не готов представить результаты самостоятельной работы и обсуждать темы, связанные с данной дисциплиной. У слушателя отсутствует заинтересованность в дальнейшем углублении своих знаний.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Нормативные правовые документы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993)

2. Указ Президента РФ от 16.01.2017 N 13 «Об утверждении Основ государственной политики регионального развития Российской Федерации на период до 2025 года»

7.2. Основная литература

1. Королева, О. В. Брендинг туристских территорий : учебник для вузов / О. В. Королева, Е. С. Милинчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 273 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15348-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568310>

2. Логунцова, И. В. Маркетинг территорий : учебник для вузов / И. В. Логунцова, И. В. Малькова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 160 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18653-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560304>

3. Маркетинг территорий : учебник и практикум для вузов / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 261 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03593-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536037>

4. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561316>

7.3. Дополнительная литература

5. Белавина М.Н. Механизм реализации территориального маркетинга в проектном управлении регионом // Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации: Сборник статей XXV Международной научно-практической конференции : в 2 ч. — Пенза: Наука и Просвещение, 2019. — с. 99-102. eLIBRARY ID: 39148653

6. Овчинников В.Н., Дружинин А.Г., Тамбиев А.Х. Территориальный бренд как маркетинговый инструмент рыночного позиционирования региона // JOURNAL OF ECONOMIC REGULATION. — 2019, Том 10, № 1. — Сс. 100-106. eLIBRARY ID: 37295215. DOI: 10.17835/2078-5429.2019.10.1.100-106

7. Одесская А.В. Технологии территориального маркетинга на примере Томской области как инновационно-активного региона // JUVENIS SCIENTIA, 2019, № 2, Сс. 7-11. eLIBRARY ID: 37011392. DOI: 10.32415/jscientia.2019.02.02

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебно-лабораторное оборудование

Специализированные аудитории снабжены LCD-проекторами, электронными досками, флип-чартами, а также трансформируемой мебелью для организации различных видов занятий. Во всех аудиториях есть доступ к wifi.

Компьютерные классы оснащены лицензионным программным обеспечением Microsoft, включая пакет MS Office, доступ к справочно-правовым системам «Консультант плюс» и «Гарант», ресурсам поисковых систем Internet.

Программные, технические и электронные средства обучения, и контроля знаний слушателей

Библиотека ФГБОУ ВО «РАНХиГС», располагающаяся на 2-х площадках (пр-т. Вернадского 82,84), имеет профильную библиографическую базу, электронную систему заказа книг и журналов, 7 оборудованных необходимой техникой читальных залов. Фонды библиотеки включают более 1 млн. единиц хранения на русском и

иностранных языках по основным отраслям знания (научная и учебная литература), а также диссертации, защищенные в РАНХиГС.

Читальные залы и абонемент библиотеки открыты ежедневно в течение рабочей недели, а также читальный зал библиотеки в 1-м корпусе академии (научная, учебная литература, периодика) – по субботам.

Читальные залы библиотеки обеспечены оборудованными рабочими местами, электронными ресурсами и выходом в Интернет. Количество компьютеров, с которых имеется доступ к Электронно-библиотечным системам, современным профессиональным базам данных, информационным справочным, поисковым системам и Интернету – 1993 ПК, из них доступных для использования обучающимися в свободное от основных занятий время – 61. Все компьютеры объединены в локальную сеть. Суммарная пропускная способность всех каналов доступа к Интернету – 300 Мбит\с.

Материалы по дисциплине предоставляются слушателям через СДО (систему дистанционного образования) Академии.

Доступные ресурсы информационной среды Академии включают:

- eLIBRARY.RU;
- Google Scholar (Google Академия);
- Polpred.com Обзор СМИ;
- Интернет-сервис «Антиплагиат»;
- Система профессионального анализа рынков и компаний «СПАРК»;
- Университетская библиотека ONLINE\$
- Электронная библиотека издательского дома «Гребенников»
- IMF eLibrary, Bloomberg, EBSCO Publishing;
- Emerging Markets Information Service;
- JSTOR;
- New Palgrave Dictionary of Economics;
- OECD iLibrary;
- SCOPUS;
- Springer;
- Web of Science;
- Wiley Online Library;
- World Bank Elibrary
- Архивы научных журналов NEICON (Annual Reviews, Cambridge University Press, Oxford University Press, IOP Publishing, SAGE Publications, Taylor and Francis).

9. ХАРАКТЕРИСТИКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ МОДУЛЯ

В результате освоения программы у слушателя сформированы компетенции:

Компетенция (код, содержание)	Индикаторы
УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	Знает социокультурные различия, традиции и особенности социальных, этнических и конфессиональных групп, существующих на территории Российской Федерации; основы делового общения, принципы и методы организации деловых коммуникаций. Умеет учитывать этнокультурные, этноконфессиональные и этнопсихологические особенности поведения и общения; воспринимать существующие различия в соответствии с базовыми гуманитарными принципами и выстраивать на этой основе продуктивные рабочие взаимоотношения в коллективе. Владеет навыками межкультурной коммуникации; руководства разнородными коллективами; организации профессиональной деятельности сотрудников; нивелирования конфликтов, причиной которых могут быть личностные особенности или социокультурные различия членов коллектива.

