

Негосударственное образовательное учреждение высшего образования
«Московский социально-педагогический институт»
Факультет государственного и муниципального управления

Аннотация рабочей программы дисциплины

Б1.В.ДВ.02.01 «Территориальный брендинг»

Направление подготовки
38.04.04 «Государственное и муниципальное управление»
(уровень магистратуры)

Направленность (профиль)
Стратегическое государственное и муниципальное управление

Форма обучения
Очная

Москва – 2023

Аннотация рабочей программы дисциплины
Территориальный брендинг

Цель изучения дисциплины	Целью дисциплины «Территориальный брендинг» является создать у студентов представление о построении и управлении брендом территории.
Место дисциплины в структуре ОПОП	Предмет «Территориальный брендинг» входит в группу Б1.В.В.2.1., направления подготовки 38.04.04 «Государственное и муниципальное управление», магистерская программа: «Стратегическое государственное и муниципальное управление». Курс отражает достижения современной науки управления и ориентирован на формирование экономического мышления, а также носит комплексный межотраслевой характер.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ПК-1.1. Принимает управленческие решения в сфере государственного регулирования политических отношений; ПК-1.2. Разрабатывает и оценивает информационно - аналитические материалы в соответствии с задачами профессиональной деятельности ПК-6.1. Оценивает эффективность обеспечения государственных, муниципальных и корпоративных нужд ПК-6.2. Составляет необходимую отчетность для контроля инвестиционных проектов в сфере государственных, муниципальных и корпоративных нужд
Содержание дисциплины (модуля)	Дисциплина состоит из следующих разделов: 1. Сущность территории 2. Территориальная идентичность 3. Теоретические и методологические основы маркетинга территорий 4. Конкурентоспособность и позиционирование территории 5. Технология выбора и разработки маркетинговых стратегий территории 6. Исследования имиджа территории 7. Специфика территориального бренда 8. Построение территориальных брендов 9. Брендинг территорий
Общая трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.
Форма промежуточной аттестации	Зачёт

