

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: ректор

Дата подписания: 30.01.2026 12:55:06

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fad578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

**“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”**

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ

УТВЕРЖДАЮ

Ректор

С.С. Юров

«04» февраля 2025 г.



## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### Б1.В.06 «БРЕНДИНГ ТЕРРИТОРИЙ»

**Для направления подготовки:**

54.03.01 Дизайн  
(уровень бакалавриата)

**Тип задач профессиональной деятельности:**

организационно-управленческий

**Направленность (профиль):**  
«Менеджмент в дизайн-бизнесе»

**Форма обучения:**

очная

**Москва – 2025**

Разработчик(и): Прокина Марина Владимировна, старший преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

«20» января 2025 г.

  
(подпись)

/М.В. Прокина /

Рабочая программа разработана в соответствии с ФГОС ВО 54.03.01 Дизайн (уровень бакалавриата), утв. Приказом Министерства образования и науки РФ №1015 от 13.08.2020г.

СОГЛАСОВАНО:

Декан ФУБ

  
(подпись)

/Н.Е. Козырева /

Заведующий кафедрой  
разработчика РПД

  
(подпись)

/ Е.С. Мальцева /

Протокол заседания кафедры №6 от «22» января 2025 г.

## 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

### Цели:

- всестороннее изучение отечественного и международного брендинга территорий в его коммуникативном, потребительском, социальном, гуманитарном и прикладном аспектах;

- практическое освоение принципов и технологий современного коммуникативного процесса и бренд-коммуникаций в территориальном брендинге.

### Задачи:

- изучение понятийно-категориального аппарата брендинга территорий;
- изучение и практическое освоение системы идентификации и структуры бренда в целом;
- изучение типологий визуального брендинга;
- изучение и освоение методологий, проектных технологий и инструментов современного брендинга и ребрендинга территорий, механизмов внедрения бренда;
- всестороннее ознакомление с современными классификациями бренд-коммуникаций;
- изучение и практическое освоение инструментов создания коммуникационной стратегии для продвижения брендов территорий;
- изучение современных тенденций, перспективных направлений, инновационных подходов, междисциплинарных конвергенций в современном брендинге территорий.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

### 2.1. Место дисциплины в учебном плане:

**Блок:** Блок 1. Дисциплины (модули).

**Часть:** Часть, формируемая участниками образовательных отношений.

**Осваивается:** 3 семестр.

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**УК-5** - Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

## 4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМСЯ

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
<b>УК-5</b> Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	<b>УК-5.4.</b> Проявляет в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в	<b>Знает:</b> особенности современной политической организации российского общества, каузальную природу и специфику его актуальной трансформации, ценностное обеспечение традиционных институциональных решений и особую поливариантность взаимоотношений российского государства и общества в федеративном измерении; <b>Умеет:</b> проявлять в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на

	контексте мировой истории и культурных традиций мира	знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира <b>Владеет:</b> навыком осознанного проявления в своём поведении уважительного отношения к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира
<b>ПК-3</b> Организация дизайн-бизнеса и управление показателями успешности развития и продвижения дизайн-продукта	<b>ПК-3.1.</b> Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности для создания и развития новых направлений бизнес-деятельности	<b>Знает:</b> способы и методы выявления и оценивания новых рыночных возможностей для создания и развития новых направлений бизнес-деятельности <b>Умеет:</b> выявлять и оценивать новые рыночные возможности для создания и развития новых направлений бизнес-деятельности <b>Владеет:</b> навыком выявления и оценивания новых рыночных возможностей для создания и развития новых направлений бизнес-деятельности
	<b>ПК-3.3.</b> Способен применять методы сбора, обработки и анализа необходимых данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты и обосновать полученные выводы	<b>Знает:</b> технологию применения методов сбора, обработки и анализа необходимых данных в соответствии с поставленной задачей, анализа результатов и обоснования полученных выводов <b>Умеет:</b> применять методы сбора, обработки и анализа необходимых данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты и обосновать полученные выводы <b>Владеет:</b> навыком применения методов сбора, обработки и анализа необходимых данных в соответствии с поставленной задачей, анализа результатов и обоснования полученных выводов

## 5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

Общая трудоемкость дисциплины «Брендинг территории» для студентов очной формы обучения, реализуемой в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн составляет: 3 зачетные единицы (108 часов).

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц
<b>Аудиторные занятия</b>	54
<i>в том числе:</i>	
Лекции	18
Практические занятия	36
Лабораторные работы	-
<b>Самостоятельная работа</b>	54
<i>в том числе:</i>	
часы на выполнение КР / КП	-
<b>Промежуточная аттестация:</b>	
Вид	Зачет – 3 семестр
Трудоемкость (час.)	-
<b>Общая трудоемкость з.е. / часов</b>	3 з.е. / 108 час.

## 6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

№	Наименование	Количество часов			
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
1	Теоретическая основа брендинга территорий	2	4	-	6
2	Исследование и выявление идентичности места	2	4	-	6
3	Социологические исследования и социальная инженерия	2	4	-	6
4	Проектирование бренда территории	2	6	-	8
5	Инфраструктура бренда и его интеграция в городскую коммуникацию	2	4	-	6
6	Система визуальных коммуникаций бренда	2	4	-	6
7	Бренд-стратегия и внедрение на территории	4	6	-	10
8	Этика, права и устойчивость в бренд-проектировании	2	4	-	6
Итого (часов)		18	36	-	54
<b>Форма контроля:</b>		зачёт			-
<b>Всего по дисциплине:</b>		108 / 3 з.е.			

### СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

#### Тема 1. Теоретическая основа брендинга территорий

Рассматриваются ключевые определения: бренд, айдентика, имидж, идентичность.

Изучаются виды и функции коммуникаций в контексте брендинга. Анализируется историческая эволюция брендов как социоэкономических феноменов, формирование эмоционального капитала и моделей потребительской лояльности. Основные виды брендинга территорий: локальный, городской, региональный, государственный и национальный брендинг. Раскрываются уровни лояльности, от спонтанной до ценностной. Обозреваются инструменты сохранения и управления территориальным брендом: бренд-бук, стандарты, регламенты, документация. Даётся структура бренд-системы на примере типового бренд-бука. Обсуждаются принципы стратегического коммуникационного планирования.

#### Тема 2. Исследование и выявление идентичности места

Знакомство с этапами аудита бренда и выявления его текущих и потенциальных смыслов. Практические приемы фиксации текущего состояния бренда территории. Изучаются методы анализа рынка, лучших мировых практик, конкурентов. Рассматриваются методы изучения исторического наследия места, ключевых этапов и знаковых исторических событий, определяющих культурное наследие. Значение культурных и исторических достопримечательностей. Работа с облаком ассоциаций для стран мира и регионов. Инструменты формирования позитивного имиджа территорий. Связь топонимов, социальных событий, функциональных аттракторов и понятия «Родина» в самосознании жителей территории. Бренд, как смысловое отражение культурного кода территории.

### Тема 3. Социологические исследования и социальная инженерия

Изучаются методы анализа целевых аудиторий и социальных моделей поведения потребителей. Рассматриваются принципы социального дизайна, социальной инженерии в целях исследования потенциала динамики развития целевых аудиторий. Подробно рассматриваются методы сегментации, построение портретов, анализ инсайтов, формирование поведенческих и эмоциональных профилей аудитории. Выявляются эстетические и функциональные ожидания ЦА. Народные конкурсы, проблема экспертной оценки результатов конкурсов в России. Форсайт технологии. Определение инструментов и механизмы внедрения бренда в городскую среду и коммуникации. Особое внимание уделено процессу выявления смыслового ядра бренда как отражения реальных потребностей и культурных кодов общества.

### Тема 4. Проектирование бренда территории

Затрагивается процесс формирования философии бренда, ценностной карты и миссии. Обсуждается роль трендов как катализатора развития бренда и методики диагностики его социального капитала и рыночного потенциала. Раскрываются подходы к позиционированию — выбор релевантной позиции в сознании аудитории и закрепление ценностей. Атрибуты бренда рассматриваются как тактические и семиотические элементы стратегической системы, через которые транслируются смыслы бренда. Изучаются принципы креативного мышления в бренд-конструировании. Студенты осваивают подходы к созданию креативной стратегии, основанной на мотивации, культурных особенностях, интересах целевых аудиторий. Анализируются модели построения семантического ядра бренда.

### Тема 5. Инфраструктура бренда и его интеграция в городскую коммуникацию

Изучаются структурные элементы бренд-системы: бренд-платформа, бренд-портфель, пирамиды и карты брендов. Особое внимание уделяется связям бренда с корпоративной культурой локальных социально-экономических явлений и методам их синхронизации. Раскрываются подходы к построению архитектуры бренда: монобренд, суббрендинг, зонтичные стратегии. Студенты осваивают методы управления брендовыми портфелями, выстраивания иерархий, адаптации продуктовых линеек под единый бренд-стиль. Обсуждаются PR, событийные и цифровые каналы как носители бренда. Разбираются механизмы влияния бренда на сообщество, партнёрские сети и среды присутствия.

### Тема 6. Система визуальных коммуникаций бренда

Визуальный стиль изучается как основа идентичности бренда. Раскрываются принципы построения логотипов, знаков, фирменной палитры, типографики и дизайн-систем. Студенты учатся проектировать стилеобразующие элементы, носители, элементы навигации в городской и цифровой среде. Рассматриваются правила подготовки бренд-бука, его структура, содержание и методология систематизации. Завершающий этап курса включает проектирование полной бренд-системы: стратегия, визуализация, коммуникационные сценарии, презентационные материалы, бренд-бук. Студенты защищают индивидуальные или командные проекты, аргументируя принятые решения с точки зрения целесообразности, конкурентоспособности и культурной релевантности.

### Тема 7. Бренд-стратегия и внедрение на территории

Разработка целостной бренд-стратегии: от определения целей до выбора каналов и КPI. Привязка стратегии к прикладным целям городской коммуникации, финансовым

моделям и маркетинговым задачам. Моделирование траектории внедрения бренда: фазы вывода, масштабирование, удержание внимания, формирование пользовательского опыта. Создание адаптивных сценариев присутствия бренда в городской среде. Мониторинг эффективности и инструменты управления на разных стадиях жизненного цикла бренда. Работа с командой, обучение амбассадоров, внедрение внутреннего бренд-кода и управление изменениями при запуске.

#### Тема 8. Этика, права и устойчивость в бренд-проектировании

Охватываются ключевые аспекты правовой охраны бренда: товарные знаки, авторское право, лицензионные соглашения. Рассматриваются вопросы этики, визуальной презентации уязвимых групп, инклюзивности. Обсуждаются международные практики ответственного брендинга и антикризисные коммуникации.

### 7. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

Курсовая работа не предусмотрена

#### 8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ: Приложение 1.

#### 9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

##### 9.1. Рекомендуемая литература:

1. Родькин П. Е. Брендинг территорий: городская идентичность и дизайн: учебное пособие: [16+] / П. Е. Родькин. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2020. – 93 с.  
Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=597418](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=597418)
2. Реброва, Н. П. Территориальный маркетинг: учебное пособие / Н. П. Реброва; Финансовый университет при Правительстве РФ. – Москва: Прометей, 2018. – 141 с.  
Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=494923](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=494923)
3. МакДональд М. Брендинг. Как создать мощный бренд: учебник / М. МакДональд, Л. Чернатони. – Москва: Юнити, 2015. – 559 с.  
Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=436697](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=436697)
4. Грошев И. В. Системный бренд-менеджмент: учебник / И. В. Грошев, А. А. Краснослободцев. – Москва: Юнити, 2015. – 655 с.  
Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=117920](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=117920)
5. Замятин Д. Н. Геокультурный брендинг городов и территорий: от теории к практике: книга для тех, кто хочет проектировать и творить другие пространства / Д. Н. Замятин. – Санкт-Петербург: Алетейя, 2020. – 668 с.  
Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=597175](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=597175)
6. Корякина Г. М. Проектирование в графическом дизайне. Фирменный стиль: учебное наглядное пособие для практических занятий: [16+] / Г. М. Корякина, С. А. Бондарчук. – Липецк: Липецкий государственный педагогический университет имени П.П. Семенова-Тян-Шанского, 2018. – 93 с.  
Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=576869](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=576869)

##### 9.2. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.

При осуществлении образовательного процесса по данной учебной дисциплине предполагается использование:

**Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:**

1. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);
2. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);
3. Браузер Google Chrome;
4. Браузер Yandex;
5. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF

**9.3. Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

1. <https://biblioclub.ru/> - университетская библиотечная система online Библиоклуб.ру
2. <http://window.edu.ru/> - единое окно доступа к образовательным ресурсам
3. <https://uisrussia.msu.ru/> - базы данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
4. <https://www.elibrary.ru/> - электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU, крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций
5. <http://www.consultant.ru/> - справочная правовая система КонсультантПлюс
6. <https://gufo.me/> - справочная база энциклопедий и словарей Gufo.me
7. <https://slovaronline.com> - поисковая система по всем доступным словарям и энциклопедиям
8. <https://www.tandfonline.com> - коллекция журналов Taylor&Francis Group включает в себя около двух тысяч журналов и более 4,5 млн. статей по различным областям знаний
9. <http://russianbranding.ru/> - АБКР (RBCA) - общественная организация, представляющая интересы брендинговых агентств России
10. <http://worldselliers.ru> – это одна из самых крупных интернет-площадок для продавцов, руководителей и предпринимателей
11. <https://psyera.ru/articles/psiologiya-upravleniya> - база данных по психологии управления, маркетингу и другим гуманитарно-правовым наукам
12. <https://psyera.ru/articles/iskusstvo-obshcheniya> - статьи по искусству делового общения
13. <http://www.md-management.ru/management/hr.html> - «MD-Менеджмент»: информационный бизнес-портал
14. <http://www.4p.ru/main/cnews/> - Интернет-журнал «Маркетинг 4p.ru»
15. <https://www.ipra.org/> - сайт Международной ассоциации по связям с общественностью (IPRA)

## **10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. Оборудованные учебные аудитории, в том числе с использованием видеопроектора и подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.
2. Аудитории для самостоятельной работы с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.
3. Компьютерный класс с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.
4. Аудио и видеоаппаратура.
5. Учебно-наглядное оборудование.

### **№ 423**

Учебная аудитория для проведения учебных занятий. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

- а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная
- б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.
- в) 1 компьютер, подключенный к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

### **№ 402**

Помещение для самостоятельной работы. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

- а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная
- б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.
- в) 11 компьютеров, подключенных к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

## **11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Продуктивность усвоения учебного материала во многом определяется интенсивностью и качеством самостоятельной работы студента. Самостоятельная работа предполагает формирование культуры умственного труда, самостоятельности и инициативы в поиске и приобретении знаний; закрепление знаний и навыков, полученных на всех видах учебных занятий; подготовку к предстоящим занятиям, экзаменам; выполнение контрольных работ.

Самостоятельный труд развивает такие качества, как организованность, дисциплинированность, волю, упорство в достижении поставленной цели, вырабатывает умение анализировать факты и явления, учит самостоятельному мышлению, что приводит к развитию и созданию собственного мнения, своих взглядов. Умение работать самостоятельно необходимо не только для успешного усвоения содержания учебной программы, но и для дальнейшей творческой деятельности.

Основу самостоятельной работы студента составляет работа с учебной и научной литературой. Из опыта работы с книгой (текстом) следует определенная последовательность действий, которой целесообразно придерживаться. Сначала прочитать весь текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом (не запоминать, а понять общий смысл прочитанного). Затем

прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл каждой фразы, каждого положения и вопроса в целом.

Чтение приносит пользу и становится продуктивным, когда сопровождается записями. Это может быть составление плана прочитанного текста, тезисы или выписки, конспектирование и др. Выбор вида записи зависит от характера изучаемого материала и целей работы с ним. Если содержание материала несложное, легко усваиваемое, можно ограничиться составлением плана. Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его конспектировать.

Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах:

- **План** – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

- **Конспект** – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов.

- **План-конспект** – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

- **Текстуальный конспект** – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

- **Свободный конспект** – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

- **Тематический конспект** – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

В процессе изучения материала источника, составления конспекта нужно обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым, удобным для работы.

Подготовка к практическому занятию включает 2 этапа:

Первый этап – организационный;

Второй этап - закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;

- подбор рекомендованной литературы;

- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретается практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

## ***Методические рекомендации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов по освоению дисциплины***

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья имеют возможность изучать дисциплину по индивидуальному плану, согласованному с преподавателем и деканатом.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья по индивидуальному плану предполагаются: изучение дисциплины с использованием информационных средств; индивидуальные консультации с преподавателем (разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала), индивидуальная самостоятельная работа.

В процессе обучения студентам из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья информация предоставляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

*Для лиц с нарушениями зрения:*

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа (с возможностью увеличения шрифта).

В случае необходимости информация может быть представлена в форме аудиофайла.

*Для лиц с нарушениями слуха:*

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

*Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:*

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Индивидуальные консультации с преподавателем проводятся по отдельному расписанию, утвержденному заведующим кафедрой (в соответствии с индивидуальным графиком занятий обучающегося).

Индивидуальная самостоятельная работа обучающихся проводится в соответствии с рабочей программой дисциплины и индивидуальным графиком занятий.

Текущий контроль по дисциплине осуществляется в соответствии с фондом оценочных средств, в формах адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации обучающихся.

*Приложение 1*

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
**«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»**

Факультет управления бизнесом  
Кафедра менеджмента и маркетинга

**Фонд оценочных средств**

Текущего контроля и промежуточной аттестации  
по дисциплине (модулю)

**Б1.В.06 «БРЕНДИНГ ТЕРРИТОРИИ»**

**Для направления подготовки:**

54.03.01 Дизайн  
(уровень бакалавриата)

**Тип задач профессиональной деятельности:**  
организационно-управленческий

**Направленность (профиль):**  
«Менеджмент в дизайн-бизнесе»

**Форма обучения:**

очная

**Москва – 2025**

**Результаты обучения по дисциплине**

<b>Код и наименование компетенции</b>	<b>Индикаторы достижения компетенции</b>	<b>Результаты обучения</b>
<b>УК-5</b> Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	<b>УК-5.4.</b> Проявляет в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира	<p><b>Знает:</b> особенности современной политической организации российского общества, каузальную природу и специфику его актуальной трансформации, ценностное обеспечение традиционных институциональных решений и особую поливариантность взаимоотношений российского государства и общества в федеративном измерении;</p> <p><b>Умеет:</b> проявлять в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира</p> <p><b>Владеет:</b> навыком осознанного проявления в своём поведении уважительного отношения к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира</p>
<b>ПК-3</b> Организация дизайн-бизнеса и управление показателями успешности развития и продвижения дизайн-продукта	<b>ПК-3.1.</b> Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности для создания и развития новых направлений бизнес-деятельности	<p><b>Знает:</b> способы и методы выявления и оценивания новых рыночных возможностей для создания и развития новых направлений бизнес-деятельности</p> <p><b>Умеет:</b> выявлять и оценивать новые рыночные возможности для создания и развития новых направлений бизнес-деятельности</p> <p><b>Владеет:</b> навыком выявления и оценивания новых рыночных возможностей для создания и развития новых направлений бизнес-деятельности</p>
	<b>ПК-3.3.</b> Способен применять методы сбора, обработки и анализа необходимых данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты и обосновать полученные выводы	<p><b>Знает:</b> технологию применения методов сбора, обработки и анализа необходимых данных в соответствии с поставленной задачей, анализа результатов и обоснования полученных выводов</p> <p><b>Умеет:</b> применять методы сбора, обработки и анализа необходимых данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты и обосновать полученные выводы</p> <p><b>Владеет:</b> навыком применения методов сбора, обработки и анализа необходимых данных в соответствии с поставленной задачей, анализа результатов и обоснования полученных выводов</p>

## ***Показатели оценивания результатов обучения***

<b>Шкала оценивания</b>			
<b>неудовлетворительно</b>	<b>удовлетворительно</b>	<b>хорошо</b>	<b>отлично</b>
<p><b>Не знает:</b> особенности современной политической организации российского общества, каузальную природу и специфику его актуальной трансформации, ценностное обеспечение традиционных институциональных решений и особую поливариантность взаимоотношений российского государства и общества в федеративном измерении</p> <p><b>Не умеет:</b> проявлять в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира</p> <p><b>Не владеет:</b> навыком осознанного проявления в своём поведении уважительного отношения к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира</p>	<p><b>Поверхностно знает:</b> особенности современной политической организации российского общества, каузальную природу и специфику его актуальной трансформации, ценностное обеспечение традиционных институциональных решений и особую поливариантность взаимоотношений российского государства и общества в федеративном измерении</p> <p><b>В целом умеет:</b> проявлять в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира, но испытывает затруднения</p> <p><b>В целом владеет:</b> навыком осознанного проявления в своём поведении уважительного отношения к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира, но испытывает сильные затруднения</p>	<p><b>Знает:</b> особенности современной политической организации российского общества, каузальную природу и специфику его актуальной трансформации, ценностное обеспечение традиционных институциональных решений и особую поливариантность взаимоотношений российского государства и общества в федеративном измерении, но допускает несущественные ошибки</p> <p><b>Умеет:</b> проявлять в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира</p> <p><b>Владеет:</b> навыком осознанного проявления в своём поведении уважительного отношения к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира, но иногда допускает ошибки</p>	<p><b>Знает:</b> особенности современной политической организации российского общества, каузальную природу и специфику его актуальной трансформации, ценностное обеспечение традиционных институциональных решений и особую поливариантность взаимоотношений российского государства и общества в федеративном измерении</p> <p><b>Умеет:</b> проявлять в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира</p> <p><b>Владеет</b> навыком осознанного проявления в своём поведении уважительного отношения к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира</p>



## *Оценочные средства*

### Задания для текущего контроля

#### **Пример тем для рефератов:**

1. Современные концепции брендинга и бренд-менеджмента.
2. Глобальные предпосылки возникновения брендинга территорий.
3. Переход от маркетинга территорий к брендингу территорий. Бренд города.
4. Восприятие территории (облако ассоциаций).
5. Основные направления визуальной бренд-идентификации.
6. Ребрендинг, редизайн и рестайлинг в территориальном брендинге.
7. Механизмы внедрения бренда в городскую среду и коммуникации.
8. Основные виды брендинга территорий.
9. Территориальный бренд как инструмент инвестиционной привлекательности и бизнес коммуникаций территории.
10. Туристический брендинг стран как инструмент привлечения туристов, идентификация стран в современных коммуникациях (интернет, тв реклама).
11. Направления брендинга территорий: туристический, глобальный брендинг.
12. Маркетинговые и дизайн-инструменты продвижения территории.
13. Бренд как стратегический план развития территории.
14. Коррупция и коррупционная составляющая в процессе брендинга территорий.
15. Организационная основа брендинга: управление брендом.

Оценка рефератов производится по шкале «зачтено» / «не зачтено».

### Промежуточная аттестация

#### **Примерные вопросы к зачёту:**

1. Основные понятия брендинга территорий.
2. Особенности и отличия территориального брендинга от корпоративного брендинга.
3. Основные виды брендинга территорий: городской, региональный, страновой и национальный брендинг.
4. Направления брендинга территорий: туристический, глобальный брендинг.
5. Брендинг территорий как инструмент экономического развития и конкурентоспособности места.
6. Восприятие и имидж территории внешней аудиторией.
7. Структура формирования восприятия территории для внешней и внутренней аудитории.
8. Инструменты формирования позитивного имиджа территории.
9. Системы бренд-идентификации территории и ее типология.
10. Основные тенденции идентификации территорий.
11. Система идентификации территории в современных корпоративных и медиа коммуникациях.
12. Айдентика и фирменный стиль территории.
13. Интеграция территории в навигацию, рекламную и информационную продукцию.
14. Типология визуальной бренд-идентификации.
15. Система зонтичного брендинга.
16. Проблема децентрализации бренда.
17. Управление брендом территории: ребрендинг, редизайн и рестайлинг.
18. Основные стратегии и функции ребрендинга территории.
19. Изменение представлений и имиджа территории.
20. Инструменты и технологии территориального брендинга.
21. Методология брендинга территорий.
22. Инструменты и этапы разработки и механизмы внедрения бренда в городскую среду и коммуникации.
23. Продвижение бренда: прямая и косвенная коммуникация.
24. Маркетинговые инструменты продвижения территории.
25. Товарнотерриториальные идентификаторы.
26. Государственный брендинг.

## **Критерии оценки при проведении промежуточной аттестации**

Оценивание знаний обучающихся осуществляется по 4-балльной шкале при проведении экзаменов и зачетов с оценкой (оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно») или 2-балльной шкале при проведении зачета («зачтено», «не зачтено»).

При прохождении обучающимися промежуточной аттестации оцениваются:

1. Полнота, четкость и структурированность ответов на вопросы, аргументированность выводов.
2. Качество выполнения практических заданий (при их наличии): умение перевести теоретические знания в практическую плоскость; использование правильных форматов и методологий при выполнении задания; соответствие результатов задания поставленным требованиям.
3. Комплексность ответа: насколько полно и всесторонне обучающийся раскрыл тему вопроса и обратился ко всем ее аспектам.

### **Критерии оценивания**

<b>4-балльная шкала и 2-балльная шкалы</b>	<b>Критерии</b>
«Отлично» или «зачтено»	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Полные и качественные ответы на вопросы, охватывающие все необходимые аспекты темы. Обучающийся обосновывает свои выводы с использованием соответствующих фактов, данных или источников, демонстрируя глубокую аргументацию.</li><li>2. Обучающийся успешно переносит свои теоретические знания в практическую реализацию. Выполненные задания соответствуют высокому уровню качества, включая использование правильных форматов, методологий и инструментов.</li><li>3. Обучающийся анализирует и оценивает различные аспекты темы, демонстрируя способность к критическому мышлению и самостоятельному исследованию.</li></ol>
«Хорошо» или «зачтено»	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Обучающийся предоставляет достаточно полные ответы на вопросы с учетом основных аспектов темы. Ответы обучающегося имеют ясную структуру и последовательность, делая их понятными и логически связанными.</li><li>2. Обучающийся способен применить теоретические знания в практических заданиях. Выполнение задания в целом соответствует требованиям, хотя могут быть некоторые недочеты или неточные выводы по полученным результатам.</li><li>3. Обучающийся представляет хорошее понимание темы вопроса, охватывая основные аспекты и направления ее изучения. Ответы обучающегося содержат достаточно информации, но могут быть некоторые пропуски или недостаточно глубокие суждения.</li></ol>
«Удовлетворительно» или «зачтено»	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Ответы на вопросы неполные, не охватывают всех аспектов темы и не всегда структурированы или логически связаны. Обучающийся предоставляет верные выводы, но они недостаточно аргументированы или основаны на поверхностном понимании предмета вопроса.</li><li>2. Обучающийся способен перенести теоретические знания в практические задания, но недостаточно уверен в верности примененных методов и точности в их выполнении. Выполненное задание может содержать некоторые ошибки, недочеты или расхождения.</li><li>3. Обучающийся охватывает большинство основных аспектов темы вопроса, но демонстрирует неполное или поверхностное их понимание, дает недостаточно развернутые объяснения.</li></ol>
«Неудовлетворительно»	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Обучающийся отвечает на вопросы неполно, не раскрывая основных</li></ol>

или «не зачлено»	<p>аспектов темы. Ответы обучающегося не структурированы, не связаны с заданным вопросом, отсутствует их логическая обоснованность. Выводы, предоставляемые обучающимся, представляют собой простые утверждения без анализа или четкой аргументации.</p> <p>2. Обучающийся не умеет переносить теоретические знания в практический контекст и не способен применять их для выполнения задания. Выполненное задание содержит много ошибок, а его результаты не соответствуют поставленным требованиям и (или) неправильно интерпретируются.</p> <p>3. Обучающийся ограничивается поверхностным рассмотрением темы и не показывает понимания ее существенных аспектов. Ответ обучающегося частичный или незавершенный, не включает анализ рассматриваемого вопроса, пропущены важные детали или связи.</p>
---------------------	--

ФОС для проведения промежуточной аттестации одобрен на заседании кафедры  
Протокол заседания кафедры № 06 от «22» января 2025 г.