|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**  **УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** | | |
| **Территориальный брендинг** | | |
| Уровень образования | бакалавриат | |
| Направление подготовки | 38.03.02Менеджмент |  |
| Направленность (профиль) | Маркетинг и бренд-менеджмент | |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 5 лет | |
| Форма(-ы) обучения | Заочная | |

* + - 1. Учебная дисциплина «Территориальный брендинг» изучается в девятом семестре.
      2. Курсовая работа/курсовой проект – не предусмотрены.

## Форма промежуточной аттестации: экзамен

## Место учебной дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

* + - 1. Учебная дисциплина «Территориальный брендинг» к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений.

## Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

* + - 1. Целями изучения дисциплины «Территориальный брендинг» является:
    - получение обучающимися необходимых теоретических и приобретение практических навыков в области создания, развития, продвижения бренда территории;
    - формализация процесса управления территориальным брендом;
    - изучение вопросов, связанных с созданием системы управления эффективностью территориального бренда;
    - формирование навыков научно-теоретического подхода к решению задач профессиональной направленности и практического их использования в дальнейшей профессиональной деятельности;
    - формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине;
      1. Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

## Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

| **Код и наименование компетенции** | **Код и наименование индикатора**  **достижения компетенции** |
| --- | --- |
| ПК-5  Способен реализовывать мероприятия по формированию репутации бренда, идентифицировать и оценивать сопутствующие маркетинговым мероприятиям риски. | ИД-ПК-5.1  Организация мероприятий по формированию репутации бренда с представлением вероятных последствий принятия управленческих решений. |

## Общая трудоёмкость учебной дисциплины (модуля) по учебному плану составляет:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| по очной форме обучения – | 3 | **з.е.** | 108 | **час.** |