

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 26.05.2025 18:50:53  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

**Экономический факультет**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **БРЕНДИНГ ТЕРРИТОРИЙ**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

### **38.05.01 ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

### **ЭКОНОМИКО-ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2025 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Брендинг территорий» входит в программу специалитета «Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности» по направлению 38.05.01 «Экономическая безопасность» и изучается в 3 семестре 2 курса. Дисциплину реализует Кафедра региональной экономики и географии. Дисциплина состоит из 3 разделов и 8 тем и направлена на изучение влияния современного брендинга территории на экономическое развитие территории, именно: рост конкурентоспособности регионов, привлечение инвестиций, развитие внутреннего и внешнего туризма, расширения рынка сбыта региональных продуктов.

Целью освоения дисциплины является овладение теоретическими и практическими аспектами методики организации территориального брендинга, формирование навыков в области применения его инструментов и механизмов на практике с целью повышения эффективности управления территориями.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Брендинг территорий» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

*Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)*

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1 Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов; УК-1.2 Анализирует и контекстно обрабатывает информацию для решения поставленных задач с формированием собственных мнений и суждений; УК-1.3 Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования;

## 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Брендинг территорий» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Брендинг территорий».

*Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины*

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	Математика (Часть 1); Микроэкономика; Макроэкономика; Экономическая география; <i>Введение в цифровизацию учета бизнес-процессов**;</i>	Математика (Часть 2); Мировая экономика; Международные экономические отношения; Экономическая статистика; <i>Дизайн-мышление**;</i>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		<p><i>Тайм-менеджмент**;</i>  <i>Навыки и технологии публичных презентаций**;</i>  <i>Математическая логика и теория алгоритмов**;</i>  <i>Основы предпринимательства**;</i>  <i>Визуализация пространственных данных в экономике**;</i>  <i>Основы трейдинга на фондовом рынке**;</i>  <i>Теория и практика международного бизнеса**;</i>  <i>История финансовых потрясений в мировой экономике**;</i>  <i>Креативность и инновации в бизнесе**;</i>  <i>Коммуникации в экономике и управлении**;</i>  <i>Безопасность в цифровой среде**;</i>  <i>Тренинг: работа с международной статистикой**;</i>  <i>Основы международных стандартов учета и аудита**;</i>  <i>Технологический суверенитет в многополярном мире**;</i>  <i>Страховой бизнес**;</i>  <i>Психология личности и профессиональное самоопределение**;</i>  <i>Основы научных исследований**;</i>  <i>Бизнес-климат и регулирование иностранных инвестиций в РФ**;</i>  Ознакомительная практика;</p>	<p><i>Корпоративное мошенничество: как обезопасить бизнес**;</i>  <i>Персональный брендинг**;</i>  <i>Бизнес в Интернет**;</i>  <i>Phygital-технологии в экономике**;</i>  <i>Девелопмент: городские и региональные инвестиционные проекты**;</i>  <i>Цифровой банкинг**;</i>  <i>Международные экономические организации**;</i>  <i>Экономика и финансы устойчивого развития**;</i>  <i>Продвинутый Excel**;</i>  <i>Визуализация данных с использованием инструментов искусственного интеллекта**;</i>  Python и SQL в экономике и управлении;  <i>Цифровизация бизнеса**;</i>  <i>Smart-экономика**;</i>  Методика написания курсовой работы;  Преддипломная практика;  Практика по профилю профессиональной деятельности;</p>

\* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

\*\* - элективные дисциплины /практики

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Брендинг территорий» составляет «2» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			3
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	20		20
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	18		18
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>ак.ч.</b>	<b>72</b>	72
	<b>зач.ед.</b>	<b>2</b>	2

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
Раздел 1	Теоретические аспекты внедрения технологий брендинга территории	1.1	Брендинг территории: понятие, структура, принципы и законы	ЛК, СЗ
		1.2	Инструменты формирования бренда территории	ЛК, СЗ
		1.3	Модели брендинга территории	ЛК, СЗ
Раздел 2	Технология брендинга территории	2.1	Организация процесса разработки концепции бренда территории	ЛК, СЗ
		2.2	Направления формирования бренда территории	ЛК, СЗ
		2.3	Инновационные инструменты продвижения бренда территории	ЛК, СЗ
		2.4	Подходы к оценке эффективности территориального брендинга	ЛК, СЗ
Раздел 3	Опыт формирования брендинга территории	3.1	Российская и мировая практика территориального брендинга	ЛК, СЗ

\* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21", Мультимедиа проектор Cactus CSC4.SG, Экран с электроприводом, белый матовый, Микшер-усилитель, Двухполосная AC APart SDQ8T-BL  MS Windows 10 64bit, Microsoft Office 2021 LTSC, Adobe Reader
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа	Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21", Мультимедиа проектор Casio XJ-S400UN,

	презентаций.	Экран, моторизованный Digis Electra MW DSEM – 1105. MS Windows 10 64bit, Microsoft Office 2021 LTSC
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	Моноблок HP ProOne 440 Intel I5 10500T/16 GB/512 GB/audio, монитор 24», Мультимедиа проектор Cactus CSC4.SG, Экран, моторизованный Digis Electra 200*150 Dsem-4303. MS Windows 10 64bit, Microsoft Office 2016, Microsoft Project 2016, Adobe Reader.

\* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Основная литература:

1. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики : произв.-практ. изд. / под ред. К. Динни ; пер. с англ. В. Сечной. - Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. - 325 с.
2. Визгалов Д. В. Маркетинг города / Визгалов Д. В. — М.: Фонд «Институт экономики города», 2008. — 110 с. — ISBN 978-5-8130-0129-1.
3. Визгалов Д. В. Брендинг города / Визгалов Д. В. — М.: Фонд «Институт экономики города», 2011. — 156 с. — ISBN 978-5-8130-0157-4
4. Грошев И., Волобуев Н., Краснослободцев А. Маркетинг территорий. Учебник для вузов. \_ СПб.: Питер, 2024. -384 с.
5. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий : учебное пособие для вузов / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 208 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07732-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538259>
6. Домнин, В. Н. Брендинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. Н. Домнин. - Москва: Издательство Юрайт, 2019. 411 с. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/433237>
7. Жильцова О. Н. Маркетинг территорий : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03593-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536037>
8. Кирьянова, Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для магистратуры / Л. Г. Кирьянова. - Москва : Издательство Юрайт, 2019. 264 с-

URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/434442>

9. Малькова И.В. Маркетинг территорий : учебник и практикум для вузов / И. В. Логунцова, И. В. Малькова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 163 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09402-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535999>

10. Родькин, П. Е. Брендинг территорий: городская идентичность и дизайн : учебное пособие / П. Е. Родькин. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020

*Дополнительная литература:*

1. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий : учебное пособие для вузов / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 208 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07732-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538259>

2. Дзюба С. Ф. Инновационное управление территорией - маркетинговое осмысление = InnovativE Territory Management - Marketing Thinking / С. Ф. Дзюба // Экономика и предпринимательство. - 2021. - № 2. - С. 598-600.

3. Интернет-маркетинг: учебник для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2019. 301 с.— URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/432128>

Рожков, И. Я. Брендинг: учебник для бакалавров / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. 331 с. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/425868>

4. Маркетинг территорий : учебник для вузов / А. А. Угрюмова [и др.] ; под общей редакцией А. А. Угрюмовой, М. В. Савельевой, Е. В. Ерохиной. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 451 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16317-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/539607>

5. Денис Визгалов: пусть города живут / сост. Михаил Губергриц, Надежда Замятина, Михаил Ледовский. — Москва: Сектор, 2015

6. Динни, К Брендинг территорий. Лучшие мировые практики / Под ред. Кейта Динни; пер. с англ. Веры Сечной. — М: Манн, Иванов и Фербер, 2013

Дубейковский В.А. Бренд города? 35 ответов. — М., Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2015

7. Котлер, Филип Как завоевать города и страны / Филип и Милтон Котлер; [пер. с англ. Ю.Канашевой]- Москва: Эксмо, 2015

8. Спирина Н. А. Мультисенсорный брендинг как инструмент продвижения территории: практический аспект / Н. А. Спирина, С. А. Маковкина // Маркетинг в России и за рубежом. - 2018. - № 6. - С. 72-82.

9. Maia Bloomfield Cucchiara. Marketing Schools, Marketing Cities: Who Wins and Who Loses When Schools Become Urban Amenities, 2013

10. Tim W. Belcher Invigorate Your Territory: Marketing Activities For Territory Managers. — Timothy Belcher, 2016

*Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<https://mega.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)

- ЭБС «Знаниум» <https://znanium.ru>

- ЭБС «Знаниум» <https://znaniium.ru/>
- 2. Базы данных и поисковые системы
  - Научная электронная библиотека <https://elibrary.ru>
  - Сайт Федеральной службы государственной статистики. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>
  - Сайт Министерства экономического развития Российской Федерации. – Режим доступа: <http://www.economy.gov.ru>
  - Сайт Министерства регионального развития России: <http://www.minregion.ru>
  - База статистических данных Всемирного банка <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators>
  - База статистических данных Программы развития ООН <https://hdr.undp.org/en/data>
  - База статистических данных Международного валютного фонда <https://data.imf.org>
  - Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации <http://docs.cntd.ru/>
  - База статистических данных Всемирной торговой организации - <https://www.wto.org>
  - Sage <https://journals.sagepub.com/>
  - Springer Nature Link <https://link.springer.com/>
  - Wiley Journal Database <https://onlinelibrary.wiley.com/>
  - Наукометрическая база данных Lens.org <https://www.lens.org>

*Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля\*:*

1. Курс лекций по дисциплине «Брендинг территорий».

\* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

**РАЗРАБОТЧИК:**

<hr/>	<hr/>	<hr/>
<i>Должность, БУП</i>	<i>Подпись</i>	Беляева Алиса Михайловна <i>Фамилия И.О.</i>

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

<hr/>	<hr/>	<hr/>
Заведующий кафедрой <i>Должность БУП</i>	<i>Подпись</i>	Холина Вероника Николаевна [МД] Заведующий кафедрой <i>Фамилия И.О.</i>

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

<hr/>	<hr/>	<hr/>
<i>Должность, БУП</i>	<i>Подпись</i>	<i>Фамилия И.О.</i>