

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Б1.В.ДВ.09.02
(индекс дисциплины)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Территориальный брендинг

(наименование дисциплины)

по направлению подготовки

54.03.01 Дизайн

(код и наименование направления подготовки, специальности в соответствии с ФГОС ВО)

Графический дизайн

(направленность (профиль))

Форма обучения: очная

Год набора: 2019

Распределение часов дисциплины по семестрам и видам занятий(по учебному плану)

Количество ЗЕТ	5											
Часов по РУП	180											
Виды контроля в семестрах:	Экзамены			Зачеты			Курсовые проекты		Курсовые работы		Контрольные работы (для заочной формы обучения)	
				5								
	№ семестров											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Итого
ЗЕТ по семестрам							5					5
Лекции							14					14
Лабораторные												
Практические							14					14
Контактная работа							28					28
Сам. работа							152					152
Контроль												
Итого							180					180

Тольятти, 2019

Рабочая программа составлена на основании ФГОС ВО и учебного плана направления подготовки 54.03.01 Дизайн

(код и наименование направления подготовки, специальности в соответствии с ФГОС ВО)

Рецензирование рабочей программы дисциплины



Отсутствует



Учебная (рабочая) программа одобрена на заседании центра дизайна (протокол заседания №1 от «05» сентября 2019 г.).



Рецензент

(должность, ученое звание, степень)

(подпись)

(И.О. Фамилия)

«__»____20__г.

Срок действия рабочей программы дисциплины до 2023 г

Срок действия утвержденной РПД: для программ бакалавров – 4 года; для программ магистров – 2 года; для программ специалистов – 5 лет.

Информация об актуализации рабочей программы дисциплины:

Протокол заседания кафедры № 13 от «28» августа 2020 г.

Протокол заседания кафедры № 12 от «28» августа 2021г.

Протокол заседания кафедры № __ от «__»____ 20__г.

Протокол заседания кафедры № __ от «__»____ 20__г.

СОГЛАСОВАНО

Руководитель центра дизайна

(выпускающей направление (специальность))

«__»____20__г.

(подпись)

М.С. Шилехина

(И.О. Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель центра дизайна

(разработавшей РПД)

«__»____20__г.

(подпись)

М.С. Шилехина

(И.О. Фамилия)

АННОТАЦИЯ
дисциплины (учебного курса)
Б1.В.ДВ.09.02 Территориальный брендинг
(индекс и наименование дисциплины (учебного курса))

1. Цель и задачи изучения дисциплины (учебного курса)

Цель – освоение технологии создания и продвижения бренда территорий в формате командной работы, практическим результатом которой станет разработка маркетинговой стратегии продвижения бренда для конкретной территории.

Задачи:

1. Изучение основных концепций в области территориального брендинга.
2. Обозначение роли дизайнера в процессе создания и продвижения бренда.
3. Изучение современных маркетинговых стратегий продвижения бренда территорий особенности «территории, как продукта».
4. Разработка территориальных стратегий.
5. Исследования, аналитика, продвижение территориального бренда.

2. Место дисциплины (учебного курса) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (учебный курс) относится к вариативной части дисциплин по выбору.

Дисциплины, учебные курсы, на освоении которых базируется данная дисциплина (учебный курс) – «Проектирование в 1,2», «Введение в профессию».

Дисциплины, учебные курсы, для которых необходимы знания, умения, навыки, приобретаемые в результате изучения данной дисциплины (учебного курса) – «Проектирование в дизайне 3-6», «Дипломное проектирование».

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (учебному курсу), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Формируемые и контролируемые компетенции	Планируемые результаты обучения
обосновать свои предложения при разработке проектной идеи,	Знать: правила составления технического задания дизайн-проекта, специфику терминологии дизайн-проектирования.

основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи (ПК-2).	<p>Уметь: формулировать проектную идею и встраивать её в рамках конкретной проектной задачи, анализировать и формировать требования к дизайн-проекту, синтезировать данные, идеи, решения для создания итогового дизайн-продукта.</p> <p>Владеть: навыком аргументации своих проектных идей и их воплощения в итоговом продукте.</p>
--	--

Тематическое содержание дисциплины (учебного курса)

Раздел, модуль	Подраздел, тема
1. Технология брендинга города: этапы, методы, участники	Основы территориального брендинга. Бренд города: понятие, структура, условия возникновения
	Технология брендинга города: этапы методы, участники
	Идентичность бренда. Атрибуты индивидуальности бренда
	Основы индивидуальности бренда. Выращивание имиджа бренда в городской сред
	Позиционирование бренда. Продвижение бренда: прямая и косвенная коммуникация
	Процесс формирования индивидуальности бренда. Введение
	Процесс формирования индивидуальности бренда. Этап 1. Исследование и анализ
	Процесс формирования индивидуальности бренда. Этап 2. Маркетинговая стратегия
	Процесс формирования индивидуальности бренда. Этап 3. Концепция бренда
	Процесс формирования индивидуальности бренда. Этап 4. Средства выражения бренда
2. Инновационные инструменты развития города	Оценка успешности брэндинга городов
	Культурное пространство в территориальном брендинге
	Формирование целостных стратегий современного бренда территорий

Общая трудоемкость дисциплины (учебного курса) – 5 ЗЕТ.

Структура дисциплины Территориальный брендинг

Наименование курса	Семестр изучения	Кол-во ЗЕТ	Кол-во недель, в течение которых реализуется курс	Объем учебного курса и виды учебных мероприятий														Форма контроля
				Всего часов по уч. плану	Аудиторные занятия					Самостоятельная работа								
					В с е г о	Ле кц.	Ла б.	П р а к т.	П р а к т. · в Ц Т	Всего	Л а б.	Кон с.	Р Г Р	Кур с.	Контр .	Ино с	Ц Т	
Территориальны й брендинг	7	5	18	180	28	14	0	14		152	0	0	0	0	0	152	0	Зачет с оценкой

4. Технологическая карта по учебному курсу «Территориальный брендинг»

Семестр изучения 7

Кол-во недель, в течение которых реализуется курс	Объем учебного курса и виды учебных мероприятий														Форма контроля
	Всего часов по учебному плану	Аудиторные занятия					Самостоятельная работа								
		Всего				В т.ч. в интеракт. форме	Всего	Лаб.	Конс.	РГР	КП(КР)	Контр.	Иное	ЦТ	
		Всего	Лекц.	Лаб.	Практ.										
18	180	28	14	0	14	14	152	0	0	0	0	0	152	0	зачет

№ н е д е л и	№ модул я	Наименование учебного мероприятия	К р. н а з в а н и е	Описание учебного мероприятия (тема, форма проведения)	В р а с п и с а н и и ?	В е д у щ и й	М а х б а л л о в	Продолжительность учебных мероприятий, проводимых				Требования к ресурсам					Рекоменду емая литература (№ и стр.)
								в аудитории		по индивидуально му графику студента		Тип аудитории	К о л - в о а у д.	№ а у д . , д р . м е с т о	М а х с т у д.	Требуемое оборудование	
								в часах	в т.ч. в интерак т. форме (+, -)	в часах	в днях						
1	модуль 1	Индивидуальное домашнее задание	ИДЗ	выполнение практических заданий	-					152	90				30		1,2,3,5
7	модуль 1	Лекция №1	Лек 1	лекция-пресс конференция: основы территориального брендинга. Бренд города: понятие, структура, условия возникновения. Атрибуты индивидуальности бренда процесс формирования индивидуальности бренда.	+	П		2	-			Лекционная аудитория	1		30	проекционный экран, флипчарт, маркеры	4,5,6

№ н е д е л и	№ модуль я	Наименование учебного мероприятия	К р. н а з в а н и е	Описание учебного мероприятия (тема, форма проведения)	В р а с п и с а н и и ?	В е д у щ и й	М а х б а л л о в	Продолжительность учебных мероприятий, проводимых				Требования к ресурсам					Рекомендуе мая литература (№ и стр.)
								в аудитории		по индивидуально му графику студента		Тип аудитории	К о л - в о а у д.	№ а у д . Д Р . м е с т о	М а х с т у д.	Требуемое оборудование	
								в часах	в т.ч. в интерак т. форме (+, -)	в часах	в днях						
				формирование индивидуального образа бренда Этап 1. Исследование и анализ.													
7	модуль 1	Практическое занятие №1	Пр31	семинар с использованием метода анализа конкретных ситуаций: мировые аналоги современных территориальных брендов. Практика формирования индивидуальности брендов. Этап 1. Проведение исследования и анализ.	+	П		2	+			Аудитория для практических занятий	1		15	флипчарт, маркеры	4,5,6
9	модуль 1	Лекция №2	Лек2	лекция исследование: процесс формирования индивидуальности бренда. Этап 2. Маркетинговая стратегия.	+	П		2	-			Лекционная аудитория	1		30	флипчарт, маркеры	4,5,6
9	модуль 1	Практическое занятие №2	Пр32	проблемный семинар: процесс формирования индивидуальности бренда. Этап 2. Выбор стратегии.	+	П	15	2	+			Аудитория для практических занятий	1		15	флипчарт, маркеры	4,5,6
11	модуль 1	Лекция №3	Лек3	лекция исследование: процесс формирования индивидуальности бренда. Этап 3. Концепция бренда.	+	П		2	-			Лекционная аудитория	1		30	флипчарт, маркеры	4,5,6

№ н е д е л и	№ модуль я	Наименование учебного мероприятия	К р. н а з в а н и е	Описание учебного мероприятия (тема, форма проведения)	В р а с п и с а н и и ?	В е д у щ и й	М а х б а л л о в	Продолжительность учебных мероприятий, проводимых				Требования к ресурсам					Рекомендуе мая литература (№ и стр.)
								в аудитории		по индивидуально му графику студента		Тип аудитории	К о л - в о а у д.	№ а у д . Д Р . м е с т о	М а х с т у д.	Требуемое оборудование	
								в часах	в т.ч. в интерак т. форме (+, -)	в часах	в днях						
11	модуль 1	Практическое занятие №3	Пр34	проблемный семинар: процесс формирования индивидуальности бренда. Этап 3. Разработка концепции бренда..	+	П	15	2	+			Аудитория для практических занятий	1		15	флипчарт, маркеры	4,5,6
13	модуль 1	Лекция №4	Лек4	лекция исследование: процесс формирования индивидуальности бренда. Этап 4. Средства выражения бренда.	+	П		2	-			Лекционная аудитория	1		30	флипчарт, маркеры	4,5,6
13	модуль 1	Практическое занятие №4	Пр34	проблемный семинар: процесс формирования индивидуальности бренда. Этап 4. Средства выражения бренда.	+	П	15	2	+			Аудитория для практических занятий	1		15	флипчарт, маркеры	4,5,6
13	модуль 1	Лекция №5	Лек5	лекция исследование: процесс формирования индивидуальности бренда. Этап 4. Инновационные инструменты развития бренда городов	+	П		2	-			Лекционная аудитория	1		30	флипчарт, маркеры	4,5,6
13	модуль 1	Практическое занятие №5	Пр35	проблемный семинар: процесс формирования индивидуальности бренда. Этап 4. Инновационные инструменты развития бренда городов	+	П	15	2	+			Аудитория для практических занятий	1		15	флипчарт, маркеры	4,5,6

№ н е д е л и	№ модул я	Наименование учебного мероприятия	К р. н а з в а н и е	Описание учебного мероприятия (тема, форма проведения)	В р а с п и с а н и и ?	В е д у щ и й	М а х б а л л о в	Продолжительность учебных мероприятий, проводимых				Требования к ресурсам					Рекомендуе мая литература (№ и стр.)
								в аудитории		по индивидуально му графику студента		Тип аудитории	К о л - в о а у д.	№ а у д . Д Р . м е с т о	М а х с т у д.	Требуемое оборудование	
								в часах	в т.ч. в интерак т. форме (+, -)	в часах	в днях						
15	модуль 2	Лекция №6	Лек6	лекция исследование: Культурное пространство в территориальном брендинге.	+	П		2	-			Лекционная аудитория	1		30	флипчарт, маркеры	1,2,3,5
15	модуль 2	Практическое занятие №6	Пр36	проблемный семинар: : Культурное пространство в территориальном брэндинге.	+	П	15	2	+			Аудитория для практических занятий	1		15	флипчарт, маркеры	1,2,3,5
17	модуль 2	Лекция №7	Лек7	лекция исследование: целостные стратегии успеха современного бренда.	+	П		2	-			Лекционная аудитория	1		30	флипчарт, маркеры	4,5,6
17	модуль 2	Практическое занятие №7	Пр7	Проект : формирование целостных стратегий современного бренда территорий	+	П	25	2	+			Аудитория для практических занятий	1		15	флипчарт, маркеры	4,5,6
						ИТОГО	100	28	14	152							
								180									

5. Критерии и нормы текущего контроля и промежуточной аттестации

Семестр изучения 2

Наименования учебных мероприятий	Типы учебных мероприятий	Количество баллов	Условия допуска	Критерии и нормы оценки
-------------------------------------	-----------------------------	-------------------	-----------------	-------------------------

Практическое занятие №2	Текущий контроль	15	- выбор темы для исследования -формирование в проектные команды Пр. занятия №1,2 ИДЗ №1,2,	15 баллов -глубина и достоверность анализа секторов в контексте городской среды, логика в анализе целевой аудитории, качественная презентация. 10 баллов - глубина и достоверность анализа секторов в контексте городской среды, слабая логика в анализе целевой аудитории, презентация среднего качества. 5 баллов- слабый анализ секторов в контексте городской среды, слабая логика в анализе целевой аудитории, слабая презентация.
Практическое занятие №3	Текущий контроль	15	-наличие разработанных примеров индивидуальности бренда Пр. занятия №4,5 ИДЗ №3,4,5	15 баллов -глубина и достоверность анализа секторов в контексте городской среды, логика в анализе целевой аудитории, качественная презентация. 10 баллов - глубина и достоверность анализа секторов в контексте городской среды, слабая логика в анализе целевой аудитории, презентация среднего качества. 5 баллов- слабый анализ секторов в контексте городской среды, слабая логика в анализе целевой аудитории, слабая презентация.
Практическое занятие №4	Текущий контроль	15	-наличие проектных предложений по выработке маркетинговой стратегии. Пр. занятия №7,8 ИДЗ№6,7,8	15 баллов -глубина и достоверность анализа секторов в контексте городской среды, логика в анализе целевой аудитории, качественная презентация. 10 баллов - глубина и достоверность анализа секторов в контексте городской среды, слабая логика в анализе целевой аудитории, презентация среднего качества. 5 баллов- слабый анализ секторов в контексте городской среды, слабая логика в анализе целевой аудитории, слабая презентация.
Практическое занятие №5	Текущий контроль	15	- наличие разработанных концепций Пр. занятия №10,11 ИДЗ №9,10,11	15 баллов -глубина и достоверность анализа секторов в контексте городской среды, логика в анализе целевой аудитории, качественная презентация. 10 баллов - глубина и достоверность анализа секторов в контексте городской среды, слабая логика в анализе целевой аудитории, презентация среднего качества. 5 баллов- слабый анализ секторов в контексте городской среды, слабая логика в анализе целевой аудитории, слабая презентация.
Практическое занятие №6	Текущий контроль	15	-разработка сценария создания персонального бренда Пр. задания №13,14 ИДЗ №12,13,14	15 баллов -глубина и достоверность анализа секторов в контексте городской среды, логика в анализе целевой аудитории, качественная презентация. 10 баллов - глубина и достоверность анализа секторов в контексте городской среды, слабая логика в анализе целевой аудитории, презентация среднего качества. 5 баллов- слабый анализ секторов в контексте городской среды, слабая логика в анализе целевой аудитории, слабая презентация.

Практическое занятие №7	Рубежный контроль	25	-создание презентации с использованием информационного дизайна Пр. занятия №:16 ИДЗ №15,16,17,18	25 баллов -глубина и достоверность анализа секторов в контексте городской среды, логика в анализе целевой аудитории, качественная презентация. 20 баллов - глубина и достоверность анализа секторов в контексте городской среды, слабая логика в анализе целевой аудитории, презентация среднего качества. 15 баллов- слабый анализ секторов в контексте городской среды, слабая логика в анализе целевой аудитории, слабая презентация. 10 баллов - слабый анализ секторов в контексте городской среды, слабая логика в анализе целевой аудитории, слабая презентация. 5 баллов – отсутствие анализа секторов в контексте городской среды, слабая логика в анализе целевой аудитории, слабая презентация.
Пересдача зачета (экзамена) преподавателю	Пересдача	20	Допускаются студенты, не набравшие 40 баллов по накопительному рейтингу	Максимум 20 баллов за ответ на два вопроса и одно практическое задание: Вопросы: 0 баллов - ответ на вопрос зачета неудовлетворительный 2 балла за ответ на вопрос зачета удовлетворительный 4 баллов за ответ на вопрос зачета на «хорошо» 6 баллов за ответ на вопрос зачета на «отлично» Практическое задание: 0 баллов – неудовлетворительно 4 балла – удовлетворительно 6 баллов – «хорошо» 8 баллов – «отлично»
Схема расчета итоговой оценки			Сумма баллов по всем учебным мероприятиям, предусмотренным в курсе	

6. Банк тестовых заданий и регламент проведения тестирований

По учебному курсу данный подраздел не предусмотрен

Банк тестовых заданий для проведения тестирований

По учебному курсу данный раздел не предусмотрен

Регламент проведения тестирований

По учебному курсу данный раздел не предусмотрен

7. Примерная тематика письменных работ (курсовых, рефератов, контрольных, расчетно-графических и др.)

По данной дисциплине зачет проводится в виде презентации проектных групп.

8. Вопросы к экзамену (зачету)

№ п/п	Вопросы
1	Возможности и границы применения прогнозирования, проектирования и моделирования в социальной работе. Уровни применения прогнозирования, проектирования и моделирования. Типовая структура социального проекта на микроуровне.
2	Культурное пространство в географическом контексте.
3	Правила проведения презентации.
4	Понятие социальный проект. Типология проекта. Объект, предмет, субъект социального проектирования.
5	Виды проектной деятельности дизайнера. Специфика и особенности проектной деятельности.
6	Понятие, сущность, функции и принципы социального моделирования.
7	Процессы управления дизайн-проектом. Этапы проектирования и их особенности. Стадии дизайн-проектирования на примерах различной деятельности.
8	Проектный анализ. Виды проектного анализа в рамках дизайн-проекта.
9	Понятие, сущность, особенности и функции социального прогнозирования.
10	Основные и вспомогательные процессы планирования в процессе дизайн-проектирования продукта. Виды планирования. Критерии идентичности бренда территорий
11	Место социального прогнозирования, проектирования и моделирования в системе социальных технологий.
12	Социальное проектирование как общая (функциональная) технология социальной работы. Технологические этапы социального проектирования.
13	Качество проекта. Управление качеством. Ключевые аспекты качества.
14	Город как процесс формирования единого культурного целостного

	пространства.
15	Мировой и отечественный опыт социокультурного проектирования.
16	Команда дизайн-проекта. Управление междисциплинарной командой в рамках дизайн-проекта. Принципы формирования командой.
17	Финансы и управление информацией. Формы финансовой отчетности.
18	Современный тип организаций. Роль менеджера в современной организации
19	Категориальный аппарат социального проектирования.
20	Технологические этапы социокультурного проектирования. Жизненный цикл социального проекта.
21	Какая социальная проблема решается данным проектом
22	Социальный портрет потребителя дизайн-проекта.
23	Аргументация выбора аналогов.
24	Основные положения проектного замысла
25	Дизайн-мышление, как методология для создания инновационных дизайн-продуктов.
26	Дизайн-исследования. Методы и способы применения.
27	Дизайн-концепция как основа проектной деятельности дизайнера.
28	Типовая структура социального проекта на макроуровне (на примере Федеральных целевых социальных программ).
29	Дизайнерское мышление и способности. Их роль в профессиональной деятельности дизайнера.
30	Инновационное и аналоговое проектирование в дизайне.
31	Дизайн-деятельность. Методы и практика работы дизайнера. Дизайн бренда города
32	Творчество и личность в профессиональной дизайн-деятельности. Метод, позиция, подход.
33	Сегментирование потребителя.
34	Организация и развитие собственного бизнеса. Дизайн-менеджмент.
35	Культурное пространство территории. Анализ культурного пространства территории.
36	Проблема социальной ответственности в практике применения прогнозирования, проектирования и моделирования в социальной работе.
37	Понятие и виды моделей, применяемых в социальном моделировании.
38	Коммуникативный дизайн. Визуально-коммуникативный подход в проектировании.
39	Коммуникационный план проекта.
40	Креативность в профессиональной деятельности дизайнера. Личностные качества. Области профессионального применения.

9. Образовательные технологии

Технология	Формы обучения	Методы обучения
Технология традиционного обучения - организация учебного процесса, основанная на лекционно-семинарско-зачетной формах обучения	Лекция: №7 Индивидуальное домашнее задание: №1,2,3,4,5,6,7,8,9,11,12,13,14,15,16, 17,18,19,20 Самостоятельное изучение материала: №1	Наглядные, словесные, практические.

Технология модульного обучения - организация учебного процесса для полного овладения содержанием образовательных программ на основе независимых учебных модулей с учетом индивидуальных интересов и возможностей	Семинар с использованием метода анализа конкретных ситуаций: №4,7 Лекция-пресс-конференция: №1,4	Решение ситуационных задач. презентационный метод. Самостоятельная работа. Консультация. Индивидуальная работа.
Технологии проблемного обучения - организация учебного процесса, которая предполагает создание проблемных ситуаций и организацию активной самостоятельной деятельности студентов по их разрешению, в результате чего происходит творческое овладение знаниями, умениями, навыками и развитие мыслительных способностей.	Проблемный семинар: №1,2,3,5,6,7 Лекция исследование: № 2,3,5,6	Мозговой штурм. Эвристический диалог (эвристическая беседа). Дискуссия. Учебное исследование. Решение проблемной (производственной) ситуации. Решение ситуационных (производственных) задач.

9.5. Образовательные принципы, используемые при реализации дисциплины

№	Наименование принципов	Значение принципов	Практическая задача
1	Модульный принцип формирования программы	- внедрение 3 модулей;	- модульная система позволяет внедрить компетенции, нужные для появления конечного результата;
2	Использование современных технологий обучения	-использование активных форм обучения;	- повышение мотивации студента к обучающему процессу, как конечный результат повышение интереса к тематике модулей;
		-внедрение технологии организации самостоятельной работы студентов;	- обучение студентов навыку организации самостоятельной работы как индивидуально, так и в группе;
		- внедрение системы информационного сопровождения учебной деятельности: учебно-методический комплекс;	-организация эффективной самостоятельной работы студентов;
		- появление практико-ориентированных учебных площадок;	-формирование компетенций, используя активную форму обучения – проектную работу;
		- включенность студентов университета в разработку и реализацию проектов развития вуза;	-формирований компетенций на примере реальных проектов, что обеспечит более практическое представление студентов о тематике модулей;
		-внедрение новых механизмов оценки работы студентов;	- формирование оценки работы студентов по качеству приобретенных студентом компетенций;
4	Применение компетентного подхода в формировании образовательных	-оценивание образовательных результатов через приобретенные учащимися компетенций;	-формирование компетенций, позволяющих учащимся добиться поставленной в программе цели;

	результатов		
--	-------------	--	--

10. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Паспорт фонда оценочных средств

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства ¹
1	Выбор целевых сегментов для проведения исследования.	ПК-2	проблемный семинар
2	Методы позиционирования бренда	ПК-2	проблемный семинар
3	Процесс формирования индивидуальности бренда. Этап 2. Выбор стратегии.	ПК-2	проблемный семинар
4	Процесс формирования индивидуальности бренда. Этап 4. Инновационные инструменты развития бренда городов	ПК-2	проблемный семинар
5	Формирование целостных стратегий современного бренда территорий	ПК-2	проблемный семинар
6	Формирование целостных стратегий современного бренда территорий	ПК-2	проект

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

10.2.1. Темы проблемных семинаров

1. Выбор целевых сегментов для проведения исследования.
Методы позиционирования бренда
2. Процесс формирования индивидуальности бренда. Этап 2. Выбор стратегии.
3. Процесс формирования индивидуальности бренда. Этап 4.
Инновационные инструменты развития бренда городов

¹ Рекомендуемый перечень оценочных средств представлен на сайте УМУ

4.Формирование целостных стратегий современного бренда территорий

Критерии оценки:

- 15 баллов - студент демонстрирует глубокое и полное овладение содержанием материала, владеет понятийным аппаратом; грамотно, логично аргументирует ответ, высокая степень включенности в обсуждение темы.
- 10 баллов - студент вполне освоил материал, владеет понятийным аппаратом, грамотно излагает ответ, но содержание и форма аргументации ответа имеют отдельные неточности, средняя степень включенности в обсуждение темы.
- 5 балл - студент понимает основные положения материала, но излагает его неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, не умеет доказательно обосновать свои суждения, низкая степень включенности в обсуждение темы.

10.2.3. Темы групповых и/или индивидуальных проектов

1 Формирование целостных стратегии современного бренда территорий

Критерии оценки:

25 баллов - высокое качество выполнения проекта и выполненных творческих заданий, наличие всех этапов проекта, высокий уровень владения темой курса, грамотная презентация проекта;

20 баллов -высокое качество выполнения проекта и выполненных заданий в рамках командной работы, наличие всех этапов проекта, средний уровень владения темой курса, грамотная презентация проекта;

15 баллов - среднее качество выполнения проекта и выполненных заданий, отсутствие всех этапов проекта, средний уровень владения темой курса;

10 баллов-низкое качество выполнения проекта и выполненных заданий, отсутствие всех этапов проекта, низкий уровень владения темой курса;

5 баллов - низкое качество выполнения проекта и выполненных заданий, отсутствие всех этапов проекта, отсутствие владения темой курса;

11. Образовательные технологии и методические указания по освоению дисциплины

При обучении используются следующие образовательные технологии, направленные на формирование компетенций выпускника:

- технология традиционного обучения (индивидуальное домашнее задание, практическое занятие)
- технологи проблемного обучения (проблемный семинар, лекция-исследование).
- технология проектного обучения (проект, творческое задание)

12. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

Обязательная литература

№ п./п	Библиографическое описание	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, др.)	Количество в библиотеке
1	Чернатони Л. Брендинг [Электронный ресурс] : Как создать мощный бренд : учебник / Л. Чернатони, М. МакДональд ; пер. с англ. Б. Л. Еремина. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 559 с. - (Зарубежный учебник). - ISBN 5-238-00894-5.	Учебник	ЭБС «IPRbooks»
2	Овчинникова Р. Ю. Дизайн в рекламе [Электронный ресурс]: Основы графического проектирования: учеб. пособия / Р. Ю. Овчинникова; под ред. ред. Л. М. Дмитриева. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 239 с.: ил. - ISBN 978-5-238-01525-5.	учебное пособие	ЭБС «IPRbooks»
3	Елисеенков Г. С. Дизайн-проектирование [Электронный ресурс] : учеб. пособие для обуч. по направлению подготовки 54.04.01 «Дизайн», профиль «Графический дизайн» / Г. С. Елисеенков, Г. Ю. Мхитарян. - Кемерово : КемГИК, 2016. - 150 с. - ISBN 978-5-8154-0357-4.	Учебное пособие	ЭБС «IPRbooks»

Дополнительная литература и учебные материалы (аудио-, видеопособия и др.)

- фонд научной библиотеки ТГУ:

№ п/п	Библиографическое описание	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, аудио-, видеопособия и др.)	Количество в библиотеке
1	Сурова Н. Ю. Проектный менеджмент в социальной сфере и дизайн-мышление [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Менеджмент» / Н. Ю. Сурова. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 415 с. - ISBN 978-5-238-02738-8.	учебное пособие	ЭБС «IPRbooks»

№ п/п	Библиографическое описание	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, аудио-, видеопособия и др.)	Количество в библиотеке
----------	----------------------------	--	-------------------------

СОГЛАСОВАНО

Директор научной библиотеки

(подпись)

А.М. Асаева

(И.О. Фамилия)

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

- ЭБС «Лань»: e.lanbook.com
- ЭБС «РУКОНТ»: <http://rucont.ru/>
- ЭБС «БиблиоТех»: <http://www.bibliotech.ru/>
- ЭБС IPRbooks: <http://iprbookshop.ru/>
- Специализированные порталы: <http://www.blankmag.ru/>,
<http://www.design-management.ru/>
- WebofScience [Электронный ресурс] : мультидисциплинарная реферативная база данных. – Philadelphia: ClarivateAnalytics, 2016– . – Режим доступа : apps.webofknowledge.com. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.
- Scopus[Электронный ресурс] : реферативная база данных. – Netherlands: Elsevier, 2004– . – Режим доступа : scopus.com. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.
- Elibrary[Электронный ресурс] : научная электронная библиотека. – Москва : НЭБ, 2000– . – Режим доступа : elibrary.ru. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.
- NEICON[Электронный ресурс] : электронная информация : архив научных журналов. – Москва : НЭИКОН, 2002– . – Режим доступа : neicon.ru/resources/archive. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.

Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование ПО	Количество лицензий	Реквизиты договора (дата, номер, срок действия)
1	Windows	1398	Договор № 690 от 19.05.2015г., срок действия – бессрочно.
2	Office Standart	1398	Договор № 690 от 19.05.2015г., срок действия – бессрочно. Договор № 727 от 20.07.2016г., срок действия – бессрочно.

13. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

14.

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий, мастерских и др. объектов для проведения практических и лабораторных занятий	Перечень основного оборудования	Фактический адрес учебных кабинетов, лабораторий, мастерских и др.	Площадь, м ²	Количество посадочных мест
1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа. Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ). Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций. Учебная аудитория для проведения занятий текущего контроля и промежуточной аттестации. Проектная мастерская (С-909).	Столы ученические двухместные, стол преподавательский, стул преподавательский, стулья с пипитром, стулья, доска и аудиторная (маркерная), флипчарты, проектор, экран, ноутбук переносной, стойка для лектора, колонки, огнетушитель.	445020, Самарская обл., г. Тольятти, ул. Ушакова, 59, (позиция по ТП №24), этаж 9, С-909	131	63
2	Помещение для самостоятельной работы студентов (Г-401).	Столы ученические, стулья ученические, ПК с выходом в сеть Интернет.	445020, Самарская обл., г. Тольятти, ул. Белорусская, 14, (позиция по ТП №48), этаж 4, Г-401.	84,6	16

15.