

Документ подписан простой электронной подписью
Информация об электронной подписи:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 29.03.2024 14:39:18
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ТОМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Председатель КСН



М.Л. Белоношко
«31» мая 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплина: Цифровые технологии и брендинг региона
Направление подготовки: 27.04.03 Системный анализ и управление
Направленность: Управление социально-экономическими системами

Форма обучения: заочная

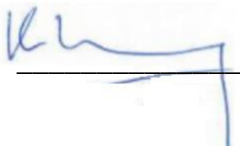
Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденными учебными планами от 27.05.2021г. и требованиями ОПОП по направлению подготовки 27.04.03 «Системный анализ и управление», программы Управление социально-экономическими системами, к результатам освоения дисциплины «Цифровые технологии и брендинг региона»

Рабочая программа рассмотрена
на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления

Протокол № 20 от 31.05.2021 г.

Заведующий кафедрой  М.Л. Белоножко

Рабочую программу разработал:
К.Ю. Шлык, доцент кафедры МиМУ, к.с.н.



Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины: Сформировать систему знаний о применении цифровых технологий в современной онлайн и офлайн бренд-коммуникации.

Основными задачами изучения курса являются:

1. Рассмотреть основные подходы, методы и инструменты digital-коммуникации;
2. Раскрыть практику применения digital-технологии в брендинге с учетом особенностей целевой аудитории;
3. Сформировать навыки применения технических средств, приемов и методов разработки и реализации коммуникационного продукта в digital среде.

1. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Цифровые технологии и брендинг региона» относится к дисциплинам части Блока 3, факультативным дисциплинам.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

Знание:

Знать основные подходы, методы и инструменты digital-коммуникации.

Умения:

Уметь применять digital-технологии в брендинге с учетом особенностей целевой аудитории.

Владение:

Владеть навыками применения технических средств, приемов и методов разработки и реализации коммуникационного продукта в digital среде.

Содержание дисциплины «Цифровые технологии и брендинг региона» является логическим продолжением содержания дисциплины «Экономика информатизации и цифровизации».

2. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
1	2	3
УК-4 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-4.1 Определяет методы описания сути проблемной ситуации	УК-4.1 Знать методы описания сути проблемы
		УК-4.1. Уметь определяет методы описания сути проблемной ситуации
		УК-4.1. Владеть методикой определения методы описания сути проблемной ситуации

3. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа.

Таблица 4.1.

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	7
заочная	2/2	6	6	-	56+4	зачет

4. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины.
очная форма обучения (ОФО)
Не реализуется.

заочная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1.1

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДЖ	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Информационные основы цифрового брендинга.	2	2	-	18	22	УК-4.1	Работы в малых группах (задания)
2	2	Инструменты и техники цифрового брендинга региона.	2	2	-	18	22	УК-4.1	Работы в малых группах (задания)
3	3	Тренды цифрового брендинга региона.	2	2	-	20	24	УК-4.1	Работы в малых группах (задания)
3	Зачёт		-	-	-	-	4	УК-4.1	Подготовка к зачету
Итого:			6	6	-	56	72		

Очно-заочная форма обучения (ОЗФО)

Не реализуется.

5.2. Содержание дисциплины.

5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

Раздел 1. «Информационные основы цифрового брендинга».

Основные инструменты брендинга в современных условиях цифровизации.

Терминология процесса брендинга, показаны классические инструменты брендинга; продемонстрировано влияние бренда на развитие организации. Цифровые технологии (контент-маркетинг, управление сообществом, PR-инструменты, органическая реклама, кросс-промо), как современный эффективный инструмент брендинга.

Раздел 2. «Инструменты и техники цифрового брендинга региона».

Национальный и территориальный брендинг, как инструменты экономического развития и продвижения России в мире. Территориальный брендинг, как инструмент управления развитием регионов.

Раздел 3. «Тренды цифрового брендинга региона».

Маркетинг и брендинг территорий России и за рубежом. Человекоцентричный брендинг. Медиа-технологии в условиях изменяющегося мира.

5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.

Лекционные занятия

Таблица 5.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	-	2	-	Терминология процесса брендинга, показаны классические инструменты брендинга; продемонстрировано влияние бренда на развитие организации. Цифровые технологии (контент-маркетинг, управление сообществом, PR-инструменты, органическая реклама, кросс-промо), как современный эффективный инструмент брендинга.
2	2	-	2	-	Национальный и территориальный брендинг, как инструменты экономического развития и продвижения России в мире. Территориальный брендинг, как инструмент управления развитием регионов.
3	3	-	2	-	Маркетинг и брендинг территорий России и за рубежом. Человекоцентричный брендинг. Медиа-технологии в условиях изменяющегося мира
Итого:		-	6	-	

Практические занятия

Таблица 5.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практического занятия
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	-	2	-	Анализ источников информации в брендинге.
2	2	-	2	-	Разработка макета web-сайта.
3	3	-	2	-	Анализ трендов в цифровом брендинге
Итого:		-	6	-	X

Лабораторные работы

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	-	18	-	Терминология процесса брендинга, показаны классические инструменты брендинга; продемонстрировано влияние бренда на развитие организации. Цифровые технологии (контент-маркетинг, управление сообществом, PR-инструменты, органическая реклама, кросс-промо), как современный эффективный инструмент брендинга.
2	2	-	18	-	Национальный и территориальный брендинг, как инструменты экономического развития и продвижения России в мире. Территориальный брендинг, как инструмент управления развитием регионов.

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
3	3	-	20	-	Маркетинг и брендинг территорий России и за рубежом. Человекоцентричный брендинг. Медиатехнологии в условиях изменяющегося мира
4.	-	-	4		Зачет
Итого:		-	56+4	-	

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- визуализация учебного материала в Power Point в диалоговом режиме (лекционные занятия);
- работа в малых группах (практические занятия);
- разбор практических ситуаций (практические занятия).

5. Тематика курсовых работ/проектов

Курсовые работы/проекты учебным планом не предусмотрены.

6. Контрольные работы

Контрольные работы учебным планом не предусмотрены

8. Оценка результатов освоения дисциплины

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной формы обучения представлена в таблице 8.1.

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1 текущая аттестация		
1.1	Разбор кейсов	30
1.2	Выполнение проекта	40
1.3	Разбор кейсов	30
ВСЕГО		100

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- ЭБС «Издательства Лань»;
- ЭБС «Электронного издательства ЮРАЙТ»;
- Собственная полнотекстовая база (ПБД) БИК ТИУ;
- Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU»;
- ЭБС «IPRbooks»;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО РГУ нефти и газа имени И.М. Губкина;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО УГНТУ (г. Уфа);
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО УГТУ (г. Ухта);

- ЭБС «Перспект»;
- ЭБС «Консультант студент»;

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства:

1. Microsoft Office Professional Plus;
2. Windows 8

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

№ п/п	Перечень оборудования, необходимого для освоения дисциплины	Перечень технических средств обучения, необходимых для освоения дисциплины (демонстрационное оборудование)
1	Персональные компьютеры	Проектор, экран

11. Методические указания по организации СРС

11.1. Методические указания по подготовке к практическим занятиям

11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся по направлениям магистратуры, всех форм обучения / сост. М.Л. Белоножко, С.С. Ситёва; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019 – 16 с.

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина: Цифровые технологии и брендинг региона

Код, направление подготовки: 27.04.03 «Системный анализ и управление»

Направленность (профиль): Управление социально-экономическими системами.

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
УК-4 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-4.1 Определяет методы описания сути проблемной ситуации	Не знает методы описания сути проблемной ситуации	Не достаточно знает методы описания сути проблемной ситуации	Хорошо знает методы описания сути проблемной ситуации	В совершенстве знает методы описания сути проблемной ситуации

КАРТА**обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой**

Дисциплина: Цифровые технологии и брендинг региона

Код, направление подготовки: 27.04.03 «Системный анализ и управление»

Направленность (профиль): Управление социально-экономическими системами.

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	2	3	4	5	6
1	Бренд-менеджмент : учебник и практикум для вузов / Е. А. Пономарёва. - Москва : Издательство Юрайт, 2022. - 341 с.	25	25	100	-
2	Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2021. - 493 с.	10	25	100	-
3	Герентьев, Ю. В. Проектирование брендинговых кампаний : учебное пособие / Ю. В. Терентьев. - Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. - 103 с.	15	25	100	-

Заведующий кафедрой МиМУ



М.Л. Белоножко

Директор БИК _____



Д.Х. Каюкова