

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 03.09.2024 11:38:40
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.И. 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», направленность «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.



1. 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.

2. 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».

3. 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	Знать: 3.4.1 методы описания сути проблемы
		Уметь: У.4.1 определяет методы описания сути проблемной ситуации
		Владеть: В.4.1. методикой определения методов описания сути проблемной ситуации

4. 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	2/4	6	6	-	56+4	зачет

5. 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 ИДК	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 (практическая работа)
2	2	Инструменты и техники цифрового брендинга региона.	2	2	-	18	22	УК-4.1	Работы в малых группах (практическая работа)
3	3	Тренды цифрового брендинга региона.	2	2	-	20	24	УК-4.1	Работы в малых группах (практическая работа)
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. Медиатехнологии 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.
3	3	-	20	-	Маркетинг и брендинг территорий России и за рубежом. Человекоцентричный брендинг. Медиа-технологии 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).

6. Тематика курсовых работ/проектов

Курсовые работы/проекты учебным планом не предусмотрены.

7. 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 заочной формы обучения представлена в таблице 8.1.

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1.1	Практическая работа №1	20
1.2	Практическая работа №2	20
1.3	Практическая работа №3	20
1.4	Зачет	40
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

- БС «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. Microsoft Windows

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.

На практических занятиях обучающиеся знакомятся с содержанием задания, изучают методику и выполняют письменную работу в формате практического задания. Для эффективной работы, обучающиеся должны иметь соответствующие канцелярские принадлежности, индивидуальный план магистранта, конспект лекций. В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающиеся могут прибегать к консультациям преподавателя.

Задания для выполнения на практических занятиях, раздаточный и справочный материал обучающиеся получают индивидуально от преподавателя.

11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Самостоятельная работа: методические рекомендации по организации самостоятельной работы для обучающихся всех направлений подготовки (уровень магистратуры) и форм обучения / сост. С.С. Ситёва, отв. редактор М.Л. Белоножко; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2020. – 22 с.

Контрольная работа: методические рекомендации по выполнению контрольных работ для обучающихся всех направлений подготовки (уровень магистратуры) заочной формы обучения / сост. С.С. Ситёва, отв. редактор Белоножко М.Л.; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2020. – 26 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: 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	Знать: УК-4.1 3.4.1 методы описания сути проблемы	Не знает методы описания сути проблемной ситуации	Недостаточно знает методы описания сути проблемной ситуации	Хорошо знает методы описания сути проблемной ситуации	В совершенстве знает методы описания сути проблемной ситуации
	Уметь: УК-4.1 У.4.1 определять методы описания сути проблемной ситуации	Не умеет определять методы описания сути проблемной ситуации	Недостаточно умеет определять методы описания сути проблемной ситуации	Хорошо умеет определять методы описания сути проблемной ситуации	В совершенстве умеет определять методы описания сути проблемной ситуации
	Владеть: УК-4.1 В.4.1 методикой определения методы описания сути проблемной ситуации	Не владеет методикой определения методы описания сути проблемной ситуации	Недостаточно владеет методикой определения методы описания сути проблемной ситуации	Хорошо владеет методикой определения методы описания сути проблемной ситуации	В совершенстве владеет методикой определения 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: 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	<i>Пономарёва, Е. А.</i> Бренд-менеджмент : учебник и практикум для вузов / Е. А. Пономарёва. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 341 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9046-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/469359	ЭР	15	100	+
2	<i>Домнин, В. Н.</i> Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/469384 ,	ЭР	15	100	+
3	Герентьев, Ю. В. Проектирование брендинговых кампаний : учебное пособие / Ю. В. Герентьев. - Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. - 103 с. - ЭБС "IPR BOOKS". - Текст : непосредственный. https://www.iprbookshop.ru/118411.html	ЭР	15	100	+

Заведующий кафедрой МиМУ



М.Л. Белоножко

Директор БИК _____



Д.Х. Каюкова

**Дополнения и изменения
к рабочей программе дисциплины**

Цифровые технологии и брендинг региона
на 2023 - 2024 учебный год

С учётом развития науки, практики, технологий и социальной сферы, а также результатов мониторинга потребностей работодателей, в рабочую программу вносятся следующие дополнения (изменения):

№	Вид дополнений/изменений	Содержание дополнений/изменений, вносимых в рабочую программу
1	Актуализация современных профессиональных баз и информационных справочных систем	<p>Изложить п.9.2 в следующей редакции: 9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Электронно-библиотечная система (обеспечивающая доступ, в том числе к профессиональным базам данных) ООО «ЭБС ЛАНЬ» https://e.lanbook.com – «Образовательная платформа ЮРАЙТ» (обеспечивающая доступ, в том числе к профессиональным базам данных) «Электронного издательства ЮРАЙТ» www.urait.ru – Электронная библиотека/Электронный каталог Тюменского индустриального университета http://webirbis.tsogu.ru/ – Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU» (обеспечивающая доступ к профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам) http://www.elibrary.ru – Электронно-библиотечная система (обеспечивающая доступ, в том числе к профессиональным базам данных) «IPRbooks» http://www.iprbookshop.ru – Научно-техническая библиотека ФГАОУ ВО «РГУ нефти и газа (НИУ) имени И.М. Губкина» http://elib.gubkin.ru/ – Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет» http://bibl.rusoil.net/ – Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО «Ухтинский государственный технический университет» http://lib.ugtu.net/books – Электронно-библиотечная система «Консультант студента» www.studentlibrary.ru – Электронно-библиотечная система «PROОбразование» www.profspo.ru – Национальная электронная библиотека (НЭБ) https://rusneb.ru/

Дополнения и изменения внес:

доцент кафедры МиМУ, к.с.н.



К.Ю. Шлык

Дополнения (изменения) в рабочую программу рассмотрены и одобрены на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления.

Заведующий кафедрой МиМУ
«15» мая 2023 г.



М.Л. Белоножко