

БРЕНДИНГ ТЕРРИТОРИЙ

Курс формирует представление о брендинге как важном факторе формирования привлекательности территории для привлечения туристов, инвесторов, резидентов, дает знание о комплексе маркетинговых технологий, применяемых в продвижении городов и стран, а также специфике создания и размещения их маркетинговых материалов. На лекционных занятиях рассматриваются основные идеи территориального маркетинга и ключевая роль брендинга в продвижении региона, изучается природа восприятия бренда территории, представляется мировой и российский опыт ситибрендинга. Наряду с основными дисциплинами учебного плана подготовки данный курс предусматривает приобретение цельного представления о брендинге как стратегическом фундаменте и важном коммуникационном инструменте превращения территории в популярный, эмоционально привлекательный объект и значимый центр притяжения ресурсов, умения анализировать содержание рекламных материалов и оценивать роль брендинговых проектов в изменении восприятия территории.

В результате обучения магистрант должен:

- знать основные принципы и идеи территориального маркетинга;
- иметь представление об основных принципах и коммуникационных средствах, используемых при проведении маркетинговых кампаний территорий;
- уметь разрабатывать в составе рабочей группы креативные идеи и концепцию, а также создавать материалы, используемые территориями при проведении коммуникационных и маркетинговых мероприятий.

Форма промежуточной аттестации – зачет.