

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт филологии и журналистики
(факультет / институт / филиал)

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом ННГУ

« ____ » _____ 2022 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Имидж территории

(наименование дисциплины (модуля))

Уровень высшего образования

бакалавриат

(бакалавриат / магистратура / специалитет)

Направление подготовки / специальность

42.03.01- Реклама и связи с общественностью

(указывается код и наименование направления подготовки / специальности)

Направленность образовательной программы

Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального
управления

(указывается профиль / магистерская программа / специализация)

Квалификация (степень)

бакалавр

(бакалавр / магистр / специалист)

Форма обучения

очная

(очная / очно-заочная / заочная)

Нижний Новгород

2022 год

Лист актуализации

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК

___ 20__ г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2020-2021 учебном году на заседании кафедры

Протокол от ___ 20__ г. № ___
Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК

___ 20__ г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2021-2022 учебном году на заседании кафедры

Протокол от ___ 20__ г. № ___
Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК

___ 20__ г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2022-2023 учебном году на заседании кафедры

Протокол от ___ 20__ г. № ___
Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК

___ 20__ г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Протокол от ___ 20__ г. № ___
Зав. кафедрой _____

1. Место и цели дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к вариативной части Б1.В.04 направленности образовательной программы «РСО в системе государственного и муниципального управления», подлежит обязательному освоению на 4 году обучения (8 семестр).

Цели освоения дисциплины – сформировать у студентов представление о сущности имиджа территории, его видах и функциях, средствах и методах имиджевого позиционирования территорий; познакомить с международной и российской практикой реализации стратегий брендинга стран, городов, критериями оценки эффективности, результативности кампаний по продвижению территорий.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	
ПКР-3. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности;	ПКР-3.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы;	Знать специфику продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы; мировой и отечественный опыт продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы; Уметь использовать знания о специфике и мировом и отечественном опыте продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы; Владеть практическими навыками продвижения социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы;	<i>Творческое задание, вопросы к зачету</i>
ПКР-7. Способен участвовать в планировании, разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью;	ПКР-7.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью;	Знать особенности и основные методы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; Уметь использовать особенности и основные методы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; Владеть практическими навыками	<i>Творческое задание, вопросы к зачету</i>

		реализации основных методов планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;	
ПКР-8. Способен продвигать индивидуальный и (или) коллективный проект в области рекламы и связей с общественностью путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации.	ПКР-8.1. Применяет на практике технологии продвижения продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;	<p>Знать технологии взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;</p> <p>Уметь применять на практике технологии продвижения продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;</p> <p>Владеть практическими навыками взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации в процессе продвижения коммуникационного продукта;</p>	<i>Ролевая игра</i> <i>сообщение</i>
ПКР-11. Владеет навыками создания рекламного и PR-текста с учетом жанрово-стилевой и тематической специфики, а также требований разных типов СМИ;	ПКР-11.1. Создает рекламный и PR-текст, учитывая жанрово-стилевую и тематическую специфику коммуникационного продукта;	<p>Знать специфику создания рекламного и PR-текста, жанрово-стилевые и тематические аспекты создания коммуникационного продукта;</p> <p>Уметь применять в практической деятельности теоретические основы создания рекламного и PR-текста;</p> <p>Владеть практическими навыками создания рекламного и PR-текста;</p>	<i>Творческое задание</i> <i>Ролевая игра</i>

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная форма обучения	заочная форма обучения
Общая трудоемкость	2 ЗЕТ	
Часов по учебному плану	72	
в том числе		
аудиторные занятия (контактная работа):		

- занятия лекционного типа	-	-
- занятия практического типа	12	
самостоятельная работа	59	
Промежуточная аттестация – экзамен/зачет	зачет	

3.2. Содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины, форма промежуточной аттестации по дисциплине	Всего (часы)			В том числе														
				Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них												Самостоятельная работа обучающегося, часы		
	Занятия лекционного типа			Практические занятия			Консультации			Всего								
	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная
1. Имидж территории и его составляющие	12						2						2			10		
2. Брендинг территории	21						4						4			19		
3 Имидж Российской Федерации и ее субъектов	19						4						2			15		
4. Имидж и бренд Нижнего Новгорода и Нижегородской области	19						2						2			15		
Текущий контроль – 1 (ксп)																		
Промежуточная аттестация																		
Зачет																		
Итого	72						12						12			59		

Текущий контроль успеваемости проходит в рамках практических занятий. Итоговый контроль осуществляется на зачете.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студентов направлена на углубленное изучение отдельных тем курса: Методы измерения имиджа территории, его эффективности. Брендинговые кампании иностранных городов. Нижний Новгород как объект имиджевого позиционирования: потенциал и возможности..

Цель самостоятельной работы – подготовка современного компетентного специалиста и формирование способностей и навыков к непрерывному самообразованию и профессиональному совершенствованию.

Самостоятельная работа является наиболее деятельным и творческим процессом, который выполняет ряд дидактических функций: способствует формированию диалектического мышления, вырабатывает высокую культуру умственного труда, совершенствует способы организации познавательной деятельности, воспитывает ответственность, целеустремленность, систематичность и последовательность в работе студентов, развивает у них бережное отношение к своему времени, способность доводить до конца начатое дело.

Изучение понятийного аппарата дисциплины

Вся система индивидуальной самостоятельной работы должна быть подчинена усвоению понятийного аппарата, поскольку одной из важнейших задач подготовки современного грамотного специалиста является овладение и грамотное применение профессиональной терминологии. Лучшему усвоению и пониманию дисциплины помогут различные энциклопедии, словари, справочники и другие материалы, указанные в списке литературы.

Изучение тем самостоятельной подготовки по учебно-тематическому плану

Особое место отводится самостоятельной проработке студентами отдельных разделов и тем по изучаемой дисциплине. Такой подход вырабатывает у студентов инициативу, стремление к увеличению объема знаний, выработке умений и навыков всестороннего овладения способами и приемами профессиональной деятельности.

Работа над основной и дополнительной литературой

Изучение рекомендованной литературы следует начинать с учебников и учебных пособий, затем переходить к научным монографиям и статьям. Конспектирование – одна из основных форм самостоятельного труда, требующая от студента активно работать с учебной литературой и не ограничиваться конспектом лекций.

Студент должен уметь самостоятельно подбирать необходимую для учебной и научной работы литературу. При этом следует обращаться к предметным каталогам и библиографическим справочникам, которые имеются в библиотеках.

Для аккумуляции информации по изучаемым темам рекомендуется формировать личный архив, а также каталог используемых источников.

Самоподготовка к практическим занятиям

При подготовке к практическому занятию необходимо помнить, что данная дисциплина тесно связана с ранее изучаемыми дисциплинами.

На семинарских занятиях студент должен уметь последовательно излагать свои мысли и аргументировано их отстаивать.

Для достижения этой цели необходимо:

- 1) ознакомиться с соответствующей темой программы изучаемой дисциплины;
- 2) осмыслить круг изучаемых вопросов и логику их рассмотрения;
- 3) изучить рекомендованную учебно-методическим комплексом литературу по данной теме;
- 4) тщательно изучить лекционный материал;
- 5) ознакомиться с вопросами очередного семинарского занятия;
- 6) подготовить краткое выступление по каждому из вынесенных на семинарское занятие вопросу.

Изучение вопросов очередной темы требует глубокого усвоения теоретических основ дисциплины, раскрытия сущности основных положений, проблемных аспектов темы и анализа фактического материала.

Подготовка групповых докладов по выбранным темам.

Подготовка докладов должна способствовать приобретению практических навыков в области решения профессиональных задач и ситуаций, возникающих в процессе формирования и ведения имиджа территории.

Доклад (приветствуется форма презентации) должен быть с титульным листом, постраничными сносками, списком использованных источников и литературы. Структура работы должна включать в себя главы (в основном три – в соответствии с рекомендованным алгоритмом изложения темы) с их разбивкой на подпункты, изложенные в строгой логической последовательности и взаимосвязи. В тексте приветствуется иллюстрация схемами, таблицами, диаграммами, графиками, рисунками и т.п. Графическому материалу следует давать комментарии. Объем работы составляет не более 40000 печатных знаков.

При оценке работы учитывается содержание работы, ее актуальность, степень самостоятельности, логичность выводов и предложений, качество используемого практического материала, а также уровень грамотности и владение терминологией (общей и специальной). Одновременно отмечаются ее положительные стороны и недостатки, а в случае необходимости указываются вопросы, подлежащие доработке.

Самостоятельная работа студента при подготовке к зачету.

Контроль выступает формой обратной связи и предусматривает оценку успеваемости студентов и разработку мер по дальнейшему повышению качества подготовки современных специалистов.

Итоговой формой контроля успеваемости студентов по учебной дисциплине «Имидж территории» является зачет.

Бесспорным фактором успешного завершения очередного модуля является кропотливая, систематическая работа студента в течение всего периода изучения дисциплины (семестра). В этом случае подготовка к зачету будет являться концентрированной систематизацией всех полученных знаний по данной дисциплине.

В начале семестра рекомендуется внимательно изучить перечень вопросов к зачету по данной дисциплине, а также использовать в процессе обучения программу, другие методические материалы, разработанные кафедрой по данной дисциплине. Это позволит в процессе изучения тем сформировать более правильное и обобщенное видение студентом существа того или иного вопроса за счет:

- а) уточняющих вопросов преподавателю;
- б) подготовки рефератов по отдельным темам, наиболее заинтересовавшие студента;
- в) самостоятельного уточнения вопросов на смежных дисциплинах;
- г) углубленного изучения вопросов темы по учебным пособиям,

Кроме того, наличие перечня вопросов в период обучения позволит выбрать из предложенных преподавателем учебников наиболее оптимальный для каждого студента, с точки зрения его индивидуального восприятия материала, уровня сложности и стилистики изложения.

После изучения соответствующей тематики рекомендуется проверить наличие и формулировки вопроса по этой теме в перечне вопросов к зачету, а также попытаться изложить ответ на этот вопрос. Если возникают сложности при раскрытии материала, следует вновь обратиться к лекционному материалу, материалам практических занятий, уточнить терминологический аппарат темы, а также проконсультироваться с преподавателем.

Изучение сайтов по темам дисциплины в сети Интернет

Ресурсы Интернет являются одним из альтернативных источников быстрого поиска требуемой информации. Их использование возможно для получения основных и дополнительных сведений по изучаемым материалам. Обязательна строгая фиксация использованных ресурсов для включения в формируемый индивидуальный архив источников.

5. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине

включающий:

5.1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	Шкала оценивания сформированности компетенций						
	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений . Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания но не в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи . Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения,. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Шкала оценки при промежуточной аттестации

оценка	наименование оценки	критерии оценки составляющих компетенции			
		оценка полноты знаний	оценка сформированности умений и навыков	оценка развития способностей	оценка мотивационной готовности к деятельности
1	Не зачтено	Отсутствие знаний по предмету	Не демонстрирует умений, требуется дополнительная подготовка	Уровень развития способности недостаточный для решения поставленных задач и выполнения соответствующих заданий, специальная работа по развитию способностей	Учебная активность и мотивация отсутствуют
2	Зачтено	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, при изложении допущено несколько ошибок	Имеющиеся умения в целом позволяют решать поставленные задачи и выполнять требуемые задания, однако имеют место существенные недочеты, требуется дополнительная практика	Средний и высокий уровень развития способности относительно группы (развитие способности соответствует ожидаемому), достаточный для решения поставленных задач и выполнения соответствующих заданий	Учебная активность и мотивация проявляются на среднем и высоком уровне, демонстрируется готовность выполнять большинство поставленных задач на приемлемом уровне качества

6.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения.

6.2.1. Контрольные вопросы

1. Определение, понятие имиджа территории. Его цели, задачи, целевые аудитории.
2. Образ. Имидж. Бренд. Соотношение понятий.
3. Субъекты и целевые аудитории имиджа территории.
4. Основные этапы брендинга территории.
5. Ресурсы территории в контексте разработки территориального имиджа (геобрендинга).
6. Бренд территории и имидж территории.
7. Имидж России.
8. Специфика брендинга города. Теоретические подходы.
9. Особенности брендинга столиц государств и городов-мегаполисов.
10. Зарубежный опыт создания туристических брендов.
11. Технологии создания туристического бренда. Туристический потенциал Нижнего Новгорода.
12. Туристический потенциал городов и территорий Нижегородской области.
13. Виды туристических брендов.
14. Продвижение Нижнего Новгорода и области как привлекательных для инвестиций территорий.
15. Роль международных проектов в позиционировании и продвижении территории (Сочи - Олимпиада, Владивосток – саммит АТЭС и т.д.).
16. Роль выставочно-ярмарочной деятельности в продвижении региона.
17. Имидж, бренд Нижнего Новгорода.

18. Бренды малых и средних городов России.
19. Особенности брендинга Москвы.
20. Деятельность органов власти в сфере брендинга территорий.
21. Зарубежный опыт создания и продвижения территориальных брендов. Возможности и ограничения использования этого опыта российскими регионами.
22. Подходы к оценке эффективности брендинга территории.
23. Рекламные инструменты продвижения бренда территории.
24. PR -инструменты по продвижению бренда территории.
25. Роль культурных ресурсов в формировании бренда территории.

6.2.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения, характеризующих этапы формирования компетенций и (или) для итогового контроля сформированности компетенции.

Типовое задание по разделу 2 «Брендинг территории»

Подготовка и участие в ролевой игре по брендинговым стратегиям и кампаниям одного из зарубежных городов (список предлагаемых городов приводится в ФОС по данной дисциплине).

Типовые тестовые вопросы

1. Укажите признаки, входящие в понятие «имидж территории»:
 - 1) совокупность эмоциональных представлений
 - 2) совокупность рациональных представлений
 - 3) сопоставление признаков стран
 - 4) использование слухов

2. Расположите этапы планирования кампании по брендингу города по времени их проведения:
 1. формирование концепции
 2. Внедрение стратегии
 3. Выделение ресурсов
 4. Политическая поддержка
 5. Мониторинг эффективности

3. Методы измерения эффективности имиджа территории...
 - 1) оценочные карты
 - 2) измерение по шкале знакомства/благосклонности
 - 3) ассоциативный эксперимент
 - 4) семантический дифференциал
 - 5) рейтинг достопримечательностей

4. Инструменты популяризации имиджа территории....
 - 1) слоганы
 - 2) темы
 - 3) позиционирование
 - 4) рейтинги
 - 5) визуальные символы
 - 6) события
 - 7) реклама
 - 8) действия

5. Визуальные имиджевые стратегии...

- 1) диверсифицированный визуальный ряд
- 2) дифференцирующий визуальный ряд
- 3) последовательный визуальный ряд
- 4) юмористический визуальный ряд
- 5) позиционирующий визуальный ряд
- 6) отрицающий визуальный ряд

6. Соотнесите вид имиджа территории с точки зрения эмоциональной оценки и его определение

1. Положительный имидж	А. Многие столичные города обладают массой преимуществ, но одновременно они часто ассоциируются со смогом, грязной водой, чересчур интенсивным движением, сосредоточением преступности. Задача территории — разорвать на деле такого рода связки.
2. Слабо выраженный имидж	Б. Имидж, основанный на уходящих в глубину столетий ассоциациях, не позволяет представить страну динамичной, современной, а это отталкивает многие значимые для нее целевые группы
3. Излишне традиционный имидж	В. Территория может быть относительно неизвестна целевым группам желаемых потребителей, клиентов (Основные причины: непроработанность конкурентных преимуществ, отсутствие рекламы, нежелание или неумение привлечь к себе внимание приезжих)
4. Противоречивый имидж	Г. Необходимо не только создавать новый образ, но и активно дезавуировать старый.
5. Негативный имидж	Д. нуждается не в изменении, а в усилении, подтверждении и распространении на возможно большее количество целевых групп потребителей.

1Д2ВЗБ4А5Г

7. По критерию направленности имиджа территории различают имидж:

- 1) негативный 2) **внутренний** 3) стихийный 4) позитивный 5) естественный 6) субъективный 7) целенаправленный 8) **внешний** 9) когнитивный 10) объективный 11) искусственный 12) эмоциональный 13) моделируемый 14) противоречивый

8. По критерию целенаправленности PR-деятельности имиджа территории различают имидж:

1) негативный 2) внутренний 3) стихийный 4) позитивный 5) **естественный** 6) субъективный 7) целенаправленный 8) внешний 9) когнитивный 10) объективный 11) **искусственный** 12) эмоциональный 13) моделируемый 14) противоречивый

Полный перечень тестовых вопросов представлен в ФОС.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

А) Основная литература:

1. Брендинг [Электронный ресурс] / Годин А. М. - М. : Дашков и К, 2013. – [KC] (адрес размещения: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394011498.html>).
2. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 336 с. [L] (адрес размещения: <https://e.lanbook.com/book/62340>).

б) дополнительная литература:

1. Абдель Вахед Э.А. Роль телевизионных спутниковых каналов в формировании культуры туризма[Электронный ресурс] / Абдель Вахед Э.А. М. - Казань : Издательство КНИТУ, 2013. - [KC] (адрес размещения: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785788214337.html>).
2. Бабкин А.В. Специальные виды туризма [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А.В. Бабкин. - М. : Советский спорт, 2008. - [KC] (адрес размещения: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785971803102.html>).
3. Барышев А.Ф. Маркетинг в туризме и гостеприимстве [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А.Ф. Барышев. - М. : Финансы и статистика, 2007. - [KC] (адрес размещения: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785279032556.html>).
4. Бурлаченко, Г.Ф. Туризм в странах Европы: энциклопедический справочник [Электронный ресурс] : справ. — Электрон. дан. — Москва : КноРус, 2013. — 1166 с. . [L] (адрес размещения: <https://e.lanbook.com/book/53296>).
5. Бухтерева О.С.Реклама в социально культурном сервисе и туризме [Электронный ресурс] / Бухтерева О.С. - М. : Дашков и К, 2009. - [KC] (адрес размещения: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785911311841.html>).
6. Г.В. Сулейманова Г.В. Реклама в туризме [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / Г.В. Сулейманова. - Казань : Издательство КНИТУ, 2013. - [KC] (адрес размещения: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785788214504.html>).
7. Годин, А. М. Маркетинг [Электронный ресурс] : Учебник для бакалавров / А. М. Годин. - 10-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2013. - 656 с. [ZC] (адрес размещения: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=430453>).
8. Губа, В.П. Методы научного исследования туризма: учебное пособие для студентов высших учебных заведений [Электронный ресурс] : учеб. пособие / В.П. Губа, Ю.С. Воронов, В.Ю. Карпов. — Электрон. дан. — Москва : Физическая культура, 2010. — 176 с. [L] (адрес размещения: <https://e.lanbook.com/book/9173>).
9. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие / Ф.И. Шарков. - М.: Дашков и К, 2012. -[ZC] (адрес размещения: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=342869>).
10. Козлов О.В., Садчиков А.П., Христоролюбский В.С. Лечебно-оздоровительные территории Курганской области: Монография. - М.: МАКС Пресс, 2007. - 84 с. [ZC] (адрес размещения: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=348874>).

11. Косолапов, А.Б. География российского внутреннего туризма (для бакалавров) [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : КноРус, 2014. — 272 с. . [L] (адрес размещения: <https://e.lanbook.com/book/53293>).
12. Лысыкова О.В. *Имиджелогия* и паблик рилейшнз в социокультурной сфере [Электронный ресурс] / Лысыкова О.В. - М. : ФЛИНТА, 2014. – [КС] (адрес размещения: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785893498530.html>).
13. Мошняга, Е.В. Концептуальное пространство межкультурной коммуникации в туризме в условиях глобализации [Электронный ресурс] : монография — Электрон. дан. — Москва : Советский спорт, 2010. — 219 с. . [L] (адрес размещения: <https://e.lanbook.com/book/53236>).
14. С.А. Щербакова.Международный туризм: экономика и география [Электронный ресурс] : учеб. пособие / С.А. Щербакова. - М. : Финансы и статистика, 2007. - [КС] (адрес размещения: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785279028849.html>).
15. Сергеева Т.К. Экологический туризм [Электронный ресурс] : учебник / Т.К. Сергеева. - М. : Финансы и статистика, 2004. - [КС] (адрес размещения: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN5279028193.html>).
16. Сибирь: от зависимой территории к новым горизонтам[Электронный ресурс] / В. Л. Иноземцев // Макрорегион Сибирь: проблемы и перспективы развития: Сб. науч. трудов / А.В. Усс, В.Л. Иноземцев и др. - М.: НИЦ ИНФРА-М; Красноярск: СФУ, 2014. - с. 10-38. [ZC] (адрес размещения: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=474145>).
17. Туризм и рекреация на пути устойчивого развития: отечественные и зарубежные исследования [Электронный ресурс] : монография / под ред. В. И. Кружалаина, А. Ю. Александровой. - М. : Советский спорт, 2008. - [КС] (адрес размещения: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785971803089.html>).
18. Туризм и краеведение: образовательные программы для системы дополнительного образования детей [Электронный ресурс] / Под ред. Ю.С. Константинова, А.Г. Маслова. - М. : Советский спорт, 2005. - [КС] (адрес размещения: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN5971800434.html>).

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

<http://www.nnwelcome.ru/>- Туристический портал Нижегородской области.

<http://minpred.government-nnov.ru/?id=11500> - Министерство поддержки и развития малого предпринимательства, потребительского рынка и услуг Нижегородской области.

<http://promisly.ru/>- Народные художественные промыслы Нижегородской области.

<http://region-brand.ru> - сообщество экспертов в области развития территорий, Национальная премия в области событийного туризма «Russian Event Awards».

<https://ru-ru.facebook.com/regionbrand> - экспертное сообщество в области брендинга территорий.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, помещения для

хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования, лицензионное программное обеспечение (Windows, Microsoft Office), утвержденные на Ученом совете Института филологии и журналистики 25.02.2020, протокол № 6.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ (утв. Ученым советом ННГУ, протокол № от ..2020 г.), с учетом рекомендаций примерной основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01- Реклама и связи с общественностью, направленность образовательной программы «РСО в системе государственного и муниципального управления»

Автор (ы) Толкачева И.В.

Заведующий кафедрой _____

Программа одобрена на заседании методической комиссии Института филологии и журналистики ННГУ
от 15.04.2020 года, протокол № 9.