

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Территориальный брендинг

Код, направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Форма обучения	очная
Кафедра-разработчик	Психологии
Выпускающая кафедра	Психологии

Типовые задания для контрольной работы **Контрольная работа – Территориальный брендинг (5 семестр)**

Перед проведением зачета в 5 семестре проводится контрольная работа с целью контроля усвоения студентами знаний лекционного курса, оценки знаний и навыков, приобретенных в ходе практических занятий, развивающие профессиональные способности в соответствии с требованиями квалификационной характеристики специалиста.

Контрольная работа проводится в виде заданий по теме Территориальный брендинг, по расписанию в часы учебных занятий в объеме, предусмотренном рабочей программой по дисциплине и учебной нагрузкой преподавателя.

Примерные темы контрольных работ:

1. Предложите вариант ребрендинга Сургутского района: города, территории областных районов, туристических потоков и т.п. Создайте коммуникационную стратегию для продвижения проблемных туристических направлений в Сургутском районе.

2. Проведите критический анализ брендинга одного из северных городов России и соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала.

Типовые вопросы к зачету (5 семестр)

Проведение промежуточной аттестации в 5 семестре происходит в виде зачета. Зачет представляет из себя ответ на 1 теоретический вопрос и выполнение 1 практического задания, по расписанию в часы учебных занятий в объеме, предусмотренном рабочей программой по дисциплине и учебной нагрузкой преподавателя.

Задание для показателя оценивания дескриптора «Знает»	Вид задания
<p><i>Сформулируйте развернутые ответы на следующие теоретические вопросы:</i></p> <ol style="list-style-type: none">1. Основные понятия брендинга территорий.2. Виды брендов территории.3. Предпосылки возникновения территориальных брендов.4. Брендинг территорий как инструмент экономического развития и конкурентоспособности места.5. Моногорода - заложники корпоративных брендов.6. Факторы, формирующие бренд города.7. Логическая схема брендинга города.8. Концепция бренда города: идея бренда города, ценности бренда, дизайн бренда.9. Восприятие (имидж) бренда.10. Постановка задач брендинга.11. Разработка концепции бренда города: организация процесса.12. Работа с городским пространством города: капитал бренда, различительная способность бренда, лояльность бренда, визуализация бренда.13. Работа с городской инфраструктурой: закрепление бренда.14. Культурная жизнь в городе: «оживление» бренда.15. Организационная основа брендинга: управление брендом. Эффект Бильбао.16. Оценка успешности брендинга города.17. Бренды в конкурентной борьбе регионов за привлечение внешних ресурсов.18. Значение бренда для роста экономических инициатив в регионе и оптимизации расходов на различные проекты.	- теоретический

<p>19. Региональный бренд и отношения с федеральными властями. 20. Удачный бренд и социальная стабильность в регионе. 21. Бренд как стратегический план развития территории. 22. Брендинг территорий в бывшем СССР. 23. Брендинг в информационную эпоху. 24. Вредные стереотипы брендинга территорий. 25. Продвижение бренда: прямая и косвенная коммуникация. Производственный туризм. 26. Роль киноиндустрии в формировании бренда города. 27. Удачная идея для бренда как фактор оживления экономики региона. 28. Бренд как стратегический план развития территории.</p>	
---	--

Задание для показателя оценивания дескриптора «Умеет», «Владеет»	Вид задания
<i>Практическое задание:</i> Проведите критический анализ брендинга одного из северных городов России. Предложите стратегию и тактику ребрендинга	- практический