

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования

**РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
(ФГАОУ ВО «РГГУ»)**

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, УПРАВЛЕНИЯ И ПРАВА

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ

Кафедра управления

## **ГЕОБРЕНДИНГ**

Рабочая программа дисциплины

Код и наименование направления подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью  
Наименование направленности (профиля): Брендинг территорий

Уровень высшего образования: магистратура

Форма обучения: очная

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2025

## **ГЕОБРЕНДИНГ**

Рабочая программа дисциплины

Составитель: к.г.н., доцент Средина Е.В.

**УТВЕРЖДЕНО**

Протокол заседания кафедры  
№ 3 от 29.10.2024

## ОГЛАВЛЕНИЕ

1.	Пояснительная записка	4
1.1.	Цель и задачи дисциплины	4
1.2.	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций	5
1.3.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	7
2.	Структура дисциплины	8
3.	Содержание дисциплины	8
4.	Образовательные технологии	13
5.	Оценка планируемых результатов обучения	14
5.1.	Система оценивания	14
5.2.	Критерии выставления оценок	15
5.3.	Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	17
6.	Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	24
6.1.	Список источников и литературы	24
6.2.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	25
7.	Материально-техническое обеспечение дисциплины	27
8.	Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья	27
9.	Методические материалы	29
9.1.	Планы семинарских / практических / лабораторных занятий.	29
9.2.	Методические рекомендации по подготовке письменных работ	70
9.3.	Иные материалы	70
	Приложение 1. Аннотация дисциплины	51

# 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

## 1.1. Цель и задачи дисциплины

*Цель дисциплины:* подготовка магистрантов к решению профессиональных задач в области территориального брендинга, входящей в компетенции магистра по направлению подготовки, в том числе развитие умений и навыков по анализу ресурсного потенциала территории для разработки геобрендинга.

*Задачи дисциплины:*

- ~ формирование компетенций, необходимых для подготовки специалистов в области территориального брендинга;
- ~ получение необходимой географической информации о ресурсном потенциале страны в разрезе территориального деления, районирования, отдельных местностей в целях использования этих знаний при разработке геобрендинга;
- ~ формирование представлений об использовании географических ресурсов территории в разных отраслях экономики, социально-культурной жизни общества для разработки геобрендинга;

## 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
<b>ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ</b>		
ОПК-2  Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики	ОПК-2.2. Способен анализировать ресурсы территории и разрабатывать проекты и кампании в сфере брендинга территории	<i>Должен:</i> - <i>знать:</i> географические ресурсы территории; - <i>уметь:</i> изучать, анализировать и интерпретировать региональную географическую информацию; - <i>владеть:</i> географическими методами оценки ресурсов территории для

профессиональной сферы		разработки геобрендинга;
	ОПК-2.3 Способен использовать Технологии брендинга территорий	<i>Должен знать:</i> методы разработки геобрендинга; <i>Владеть:</i> технологиями разработки геобрендинга; <i>Уметь:</i> использовать технологии геобрендинга для продвижения региона;
	ОПК-2.4 Способен использовать Креативные технологии продвижения региона	<i>Должен знать:</i> креативные технологии продвижения региона на основе геобрендинга; <i>владеть:</i> креативными технологиями разработки геобрендинга <i>уметь:</i> использовать креативные технологии разработки геобрендинга для продвижения региона;

### 1.3. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Учебная дисциплина «Геобрендинг» относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, программы подготовки магистров по направлению **42.04.01. Реклама и связи с общественностью Менеджмент, профиль «Брендинг территории»**.

Для успешного освоения данной дисциплины обучающиеся должны иметь базовые географические знания, а также иметь навыки аналитического анализа и научной деятельности.

## 2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часов. В том числе 30 аудиторных (10 лекций и 20 семинаров) и 78 самостоятельных часов, форма контроля зачет.

### Структура дисциплины для заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
2	Лекции	10
3	Семинары	20
Всего:		30

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 78 академических часов.

### 3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
<b>1. Геобрендинг, основные понятия и его особенности</b>		
1.1.	Понятие геобрендинга	Геобрендинг, понятие, цели и задачи геобрендинга
1.2.	Физико-географическое положение и экономико-географическое положение места, территории	Положение региона в системе экономико-географических связей. Положение региона в системе природно-географических связей. Местоположение региона в системе социальных и культурно-исторических связей
1.3.	Районирование пространства как важнейший географический метод	Районирование пространства – метод познания и учёта особенностей различных территорий. Цель районирования территории. Классификация сетей районирования. Административное, экономическое, физическое, туристско-рекреационное и др. виды районирования России. Использование метода районирования в разработке геобрендинга.
<b>2. Физико-географические ресурсы в разработке геобрендинга</b>		
2.1.	Климатические факторы социально-экономического развития территории.	Климатические особенности регионов России. Климат как фактор развития и сдерживания экономики региона.
2.2.	Природные и экологические факторы социально-экономического развития территории.	Лесные, земельные, водные ресурсы регионов, ООПТ (особо охраняемые природные территории) России. Горные ландшафты, вулканы. Пещеры. Особенность экологического состояния региона как фактор развития и сдерживания экономики.
2.3.	Физико-географические ресурсы региона как основа для разработки геобрендинга	Эталонные (типичные) и контрастные регионы по природно-климатическим особенностям. Использование физико-географических ресурсов в геобрендинге. Экономическая ценность природной территории.
<b>3. Социально-экономические ресурсы региона в разработке геобрендинга</b>		
3.1.	Современное состояние региональной экономики	Старо-освоенные промышленные регионы России. Сельскохозяйственные регионы страны. Регионы нового экономического освоения. Регионы с преобладанием новых отраслей экономики (ИИ, цифровизация, медико-биологические инновации и др.). Место происхождения продукции, уникальность. Классификация регионов России по уровню ВРП.
3.2.	Социально-экономические ресурсы региона как	Региональные проблемы населения России как фактор развития и сдерживания экономики. Экономическая ценность территории. Типизация районов страны по

	основа для разработки геобрендинга	количеству населения, в том числе трудоспособного населения. Использование экономико-социальных ресурсов в геобрендинге
3.2.	Современное социально-культурное состояние региона	Регионы страны с высокой концентрацией памятников историко-культурного наследия. Туристско-рекреационное районирование России. Историко-культурные памятники ЮНЕСКО. Культурно-познавательный и гастрономический туризм, региональные особенности развития. Старо-освоенные туристские регионы. Регионы нового туристского освоения. Социально-культурные ресурсы как фактор разработки геобрендинга.
<b>4. Геобрендинг российских регионов</b>		
4.1.	Территории страны с успешно разработанным геобрендингом	Узнаваемость и уникальность отдельных российских территорий (курорты Краснодарского края, «Золотое кольцо России, национальный парк «Зов тигра» и др.)
4.2.	Территории с активно разрабатываемым геобрендингом	Челябинская, Тюменская области, Алтайский край, республика Коми и др. Малые исторические города
4.3.	Регионы страны с неразработанным геобрендингом	Пензенская область, республики Марий-Эл, Чувашия, Чукотский АО и др.

## 4. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии:

традиционные (лекции, семинары, контрольные вопросы);

активные (кейсы, доклады и выступления, тестирование).

При проведении учебных занятий обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, в том числе с учётом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей (п.34. Приказ № 245).

Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

## 5. ОЦЕНКА ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

### 5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		60 баллов, в т.ч.:
- работа на семинаре (см. подраздел 9.1)	3 балла	30 баллов
- презентации (контрольное задание в виде презентации)	30 баллов	30 баллов
Промежуточная аттестация (зачет)		40 баллов
Итого за семестр (дисциплину)		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса

и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с ниже приведенной таблицей.

<i>100-балльная шкала</i>	<i>Традиционная шкала</i>		<i>Шкала ECTS</i>
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

## 5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

<i>Баллы/ Шкала ECTS</i>	<i>Оценка по дисциплине</i>	<i>Критерии оценки результатов обучения по дисциплине</i>
100-83/ А, В	«отлично» / «зачтено (отлично)» / «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	«хорошо» / «зачтено (хорошо)» / «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>

<i>Баллы/ Шкала ECTS</i>	<i>Оценка по дисциплине</i>	<i>Критерии оценки результатов обучения по дисциплине</i>
67-50/ D, E	«удовлетворительно» / «зачтено (удовлетворительно)» / «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F, FX	«неудовлетворительно» / не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

### *Текущий контроль*

При оценивании устного опроса и участия в дискуссии на семинаре учитываются:

- ~ степень раскрытия содержания материала (0-2 балла);
- ~ изложение материала (грамотность речи, точность использования терминологии и символики, логическая последовательность изложения материала (0-2 балла);
- ~ знание теории изученных вопросов, сформированность и устойчивость используемых при ответе умений и навыков (0-1 балл).

При оценивании презентации тестирования учитывается количество правильных ответов обучающего, каждый из которых оценивается от 0 до 25 баллов. При оценивании учитывается:

~ полнота раскрытия темы; обоснованность содержания и выводов работы (задание выполнено полностью, но обоснование содержания и выводов недостаточны, но рассуждения верны) – 10-15 баллов; работа выполнена полностью, в рассуждениях и обосновании нет пробелов или ошибок, возможна одна неточность – 11-25 баллов.

### *Промежуточная аттестация*

Для промежуточной аттестации студент должен подготовить развернутую презентацию по разработке геобрендинга отдельной территории. В процессе выступления он должен осветить теоретические основы и принципы разработки геобрендинга, показать уникальность места, связанного с природными или социально-экономическими особенностями. Выявить факторы развития или сдерживания продвижения геобрендинга, показать возможности их преодоления, наметить круг потенциальных разработчиков и потребителей геобрендинга.

При оценивании ответа на вопрос теоретического характера учитывается:

~ теоретическое содержание не освоено, знание материала носит фрагментарный характер, наличие грубых ошибок в ответе (1-3 балла);

~ теоретическое содержание освоено частично, допущено не более двух-трех недочетов (4-7 баллов);

~ теоретическое содержание освоено почти полностью, допущено не более одного-двух недочетов, но обучающийся смог бы их исправить самостоятельно (8-11 баллов);

~ теоретическое содержание освоено полностью, ответ построен по собственному плану (12-15 баллов).

При оценивании ответа на вопрос практического характера учитывается:

- ~ ответ содержит менее 20% правильного решения (1-2 балла);
- ~ ответ содержит 21-89% правильного решения (3-8 баллов);
- ~ ответ содержит 90% и более правильного решения (9-10 баллов).

### **5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

#### **Темы обсуждения на семинарских занятиях**

1. Использование природно-климатических ресурсов Русского Севера в целях разработки геобрендинга
2. Анализ и возможности использования месторождений минеральных вод и лечебных грязей при создании бренда территории
3. Карельская береза: уникальная ценность древесины: места распространения
4. Самый крупный в Европе национальный нарк «Водлозерский» как основа для регионального геобрендинга
5. Домбай – спорт, легенды, история, уникальный географический ресурс
6. Вулканы Камчатки, Сахалин: уникальные объекты природы
7. Природа Приморского края: фауна и флора Сихотэ-Алиня - уникальный географический ресурс
8. Экономический потенциал фермерского производства как основа для разработки геобрендинга
9. Сувенирная продукция Среднего Поволжья, уникальные народные ремесла
10. Научные центры как основа геобрендинга (Сколково, Обнинск, Пушкино, Томский, Казанский ун-ты и др.)
11. Музеи-усадьбы как ресурс для разработки геобрендинга

## 12. Курорты – лечебно-оздоровительный ресурс

### **Примерный план разработки геобрендинга (выполняется в виде презентации)**

#### **Выбор территории**

Обоснование выбора территории, географическое положение.

#### **Анализ природных географических ресурсов**

Климатические и природные ресурсы. Основные характеристики климата и климатических явлений, уникальность и типичность показателей. Растительность, видовой состав лесов, ценность лесных угодий, уникальные виды растений. Животный мир. ООПТ, Памятники природы ЮНЕСКО. Водные ресурсы. Уникальные водоемы и водопады, месторождения минеральных вод и лечебных грязей. Курорты лечебные, лечебно-оздоровительные.

#### **Анализ социально-экономических ресурсов**

Основные отрасли производства. Уникальное производство. Производство народных промыслов, сувенирная продукция. Сельскохозяйственные ценные угодья, производство с/х продукции. Фермерские хозяйства, винодельческие фермы, хозяйства.

#### **Анализ социокультурных ресурсов**

Историко-культурные ресурсы территории (историко-культурные памятники, музеи-усадьбы, памятники ЮНЕСКО, уникальные объекты современного градостроительства (Большой Сочи), технические объекты и т.п.

#### **Характеристика геобрендинга**

Наличие геобрендинга, уровень разработки. Пути дальнейшего развития геобрендинга и продвижения территории.

## **6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

## 6.1. Список источников и литературы

### *Литература основная*

Н. Н. Литвинов «Территориальный брендинг. Опыт создания и глобального продвижения бренда „Урал“//«Бренд-менеджмент», 2023, № 1, стр. 60–79.

А. С. Пузанов о концепции и основе геобрендинга. Доброе имя: как монетизируется имидж городов и регионов.

URL: <https://cyberleninka.ru/>

Сулаеман, М. С. Геобренд: понятие и сущность / М. С. Сулаеман. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2021. — № 24 (366). — С. 296-298. —

URL:<https://moluch.ru/archive/366/82248/>

Середина Е.В. География туризма России. КНОРУС, 2023, 281 с.

### *Литература дополнительная*

Анна Клепиковская Искусство геобрендинга: основные инструменты и успешные кейсы

URL: <https://vc.ru/id2301778/2013160-geobrening-v-arhangel'skoy-oblasti>

URL: <https://plus.rbc.ru/news/682c78f97a8aa9a599688feb>

Логунцова Ирина Вячеславовна, Зайцева Александра Сергеевна  
Брендинг российских городов: обзор практики региональных «столиц» РФ  
Государственное управление. Электронный вестник, выпуск № 103, апрель 2024 URL: <https://cyberleninka.ru/>

<https://ion.ranepa.ru/news/ekonomicheskaya-i-pravovaya-sushchnost->

Экономическая и правовая сущность геобрендинга. Интервью с Сергеем Матвеевым [geobrendinga-intervyu-s-sergeem-matveevym/](https://ion.ranepa.ru/news/ekonomicheskaya-i-pravovaya-sushchnost-ekonomicheskaya-i-pravovaya-sushchnost-geobrendinga-intervyu-s-sergeem-matveevym/)

Научно-прикладной справочник «Климат России»

<http://aisori-m.meteo.ru>climsprn/>

Научно-прикладной справочник «Климат России» Copyright © 2000-2011-2024 ВНИИГМИ-МЦД В.М.Веселов И.Р.Прибыльская О.А.Мирзеабасов.

URL: [https://hf.ru/blog/allinfo/rossiyskie\\_tovari\\_za\\_granitsey](https://hf.ru/blog/allinfo/rossiyskie_tovari_za_granitsey)

О профессии специалиста по геобрендингу URL: <https://postupi.online/professiya/specialist-po-geobrendingu/>

Колотова Е. В. Рекреационное ресурсоведение: Учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности “Менеджмент”. - М., 1999.

## **6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимый для изучения дисциплины**

Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов – URL.: <http://school-collection.edu.ru/>

Журналы издательства «Креативная экономика» <https://creativeconomy.ru/journals>

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам». – URL: <http://window.edu.ru/>

Информационно-поисковая система: Консультант Плюс. – URL: <http://www.consultant.ru/>

Российский экономический интернет-журнал URL.: <https://www.e-rej.ru>

Образовательный портал [prezentacya.ru](http://prezentacya.ru). – URL: <http://prezentacya.ru/>  
URL: [http://www.manpo.ru/manpo/publications/nmj\\_poin.shtml](http://www.manpo.ru/manpo/publications/nmj_poin.shtml)

Портал «Социально-гуманитарное и политологическое образование». – URL: [https://www.untehdon.ru/obrazovatelnye\\_portaly](https://www.untehdon.ru/obrazovatelnye_portaly)

Университетская библиотека ONLINE. – URL: <http://biblioclub.ru/>  
Электронная гуманитарная библиотека. –

URL: <http://www.gumfak.ru/>

Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов – URL: <http://fcior.edu.ru/>

## **7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для обеспечения дисциплины «Педагогические методы и методики преподавания управленческих дисциплин» используется материально-техническая база образовательного учреждения: компьютерные классы и научная библиотека РГГУ.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Kaspersky Endpoint Security.

Профессиональные полнотекстовые базы данных:

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)
2. ELibrary.ru Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)
3. Электронная библиотека Grebennikon.ru [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)
4. Cambridge University Press
5. ProQuest Dissertation & Theses Global
6. SAGE Journals
7. Taylor and Francis
8. JSTOR

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

## **8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

## **9. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ**

### **9.1. Планы семинарских занятий**

Целью семинарских занятий является закрепление полученных на лекциях теоретических знаний и формирование профессиональных навыков, как по выполнению индивидуальных практических заданий, так и работе в отдельной рабочей группе.

Семинарские занятия включают: закрепление теоретических аспектов курса, обсуждение проблемных вопросов, разбор заданий, выполненных магистрантами самостоятельно, решение практических задач и ситуаций, тестирование.

По результатам работы на семинарских занятиях выставляется итоговая оценка знаний магистрантов по курсу.

### **Семинар 1.**

*Цель:* получение навыков у студентов в выявлении климатических особенностей местности. Поиск территорий в России с уникальными (экстремальными) или благоприятными климатическими характеристиками, (комфортным климатом) по температурному и ветровому режимам, режиму влажности, другим географическим процессам. Понятие биоклимата.

*Задачи:*

- ~ с помощью климатических характеристик оценить особенности микроклимата конкретной территории;
- ~ выявить территории в стране с уникальными климатическими характеристиками.

Задание: оцените какую-либо территорию России по климатическим показателям. Определите климатическую ценность территории.

*Материалы для ознакомления*

*Научная литература по рекреационному ресурсоведению, климатический справочник России.*

**Семинар 2.**

*Цель:* получение навыков оценки природных географических ресурсов территории.

*Задачи:* выявить территории, уникальные и эталонные по разным природным ресурсам: растительности и животному миру (памятники природы мирового наследия ЮНЕСКО, уникальные национальные парки и заповедники, Красная книга России, уникальный растительный мир Приморского края, республики Карелия), водным ресурсам (месторождения минеральных вод и лечебных грязей, уникальные озера, водопады). Экологическое состояние природных ресурсов.

Задание: оцените уникальность одной из областей России по наличию природных географических ресурсов. Проанализируйте экологическое состояние территории.

*Материалы для ознакомления*

Земельный кодекс России (кадастровая стоимость лесных угодий, режим лесопользования), водный кодекс России (гидрографическое водохозяйственное районирование, особо охраняемые водные объекты), лесной кодекс РФ (оценка лесов, ценные леса). Закон РФ "О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах" (санитарные зоны охраны, уникальные месторождения минеральных вод и лечебных грязей).

**Семинар 3**

Цель: получение навыков по поиску информации об экологическом состоянии территории, ее анализу и интерпретировании в целях оценки территории.

Задача: выявить территории, экологически благоприятные и опасные для посещения.

Задание: с помощью информационных материалов оцените экологическое состояние какой-либо территории РФ:

- определение степени пригодности ландшафтно-экологических условий для проживания человека и ведения какого-либо вида хозяйственной деятельности (анализ качества окружающей природной среды и её изменений под воздействием антропогенных факторов).

- определение степени экологической деградации территории по уровню опасности;

- выявление источников загрязнения;

- анализ медицинской статистики (уровень заболеваемости и смертности населения, распространение неспецифических заболеваний и врождённых патологий).

- установление типа природного ландшафта по экологическим показателям;

#### Материалы для ознакомления

А. В. Букин Обследование и экологическая оценка территории. Учебное пособие А. В. Букин, 2023 © ФГБОУ ВО ГАУ Северного Зауралья, 2023 [gausuz.ru](http://gausuz.ru)

### Семинар 4

Цель: получение навыков экономической оценки промышленных территорий для разработки геобренда.

Задача: выявить места уникального российского промышленного производства, производства национальной и оригинальной местной и сувенирной продукции.

Задание:

- на примере какой-либо территории России показать ценность производимой продукции;
- провести анализ карты городов-брендов России, выявить значимое производство в этих городах;

Материалы для ознакомления

Ежегодные отчеты главы администрации регионов об экономической деятельности. Регионы России: ежегодный статистический справочник.

### Семинар 5

Цель: получение навыков экономической оценки территорий сельскохозяйственного назначения в целях разработки геобренда.

Задача:

- на примере сельских территорий Алтайского края, Ямало-Ненецкого округа выявить ценность природной территории для оленеводства, оценить доходы производства оленьих рогов и препаратов на основе оленьих пантов (более 1 млн. долл. ежегодно);
- на примере российской косметической компании Natura Siberica, производящей натуральную и органическую косметику охарактеризовать ценность фермерских сельских земель для ее производства.

Материалы для ознакомления

Ежегодные отчеты глав администраций о деятельности агропромышленного комплекса в регионах России.

### Семинар 6

Цель: выявить территории, где расположены уникальные историко-культурные памятники: памятники мирового наследия ЮНЕСКО, памятники федерального значения, музеи-усадьбы, уникальные объекты социо-

культурной инфраструктуры (туристские центры, стадионы, центры развлечений, места уникального современного градостроения, технические объекты и др.)

Задача: приобрести навыки выявления территории, имеющие уникальные объекты материальной и нематериальной (фольклор, легенды, особенности национальной кухни), показать ее значимость как достопримечательной местности.

Задание: на примере какой-либо территории РФ показать ее историко-культурную, социальную ценность в целях разработки геобренда.

#### Материалы для ознакомления

Объекты всемирного наследия ЮНЕСКО в России, ежегодные отчеты и планы развития туризма в регионах России. Учебник Е.В.Середина «География туризма» 2023.

#### Семинар 7

Цель: приобрести навыки определения демографической ситуации на изучаемой территории.

Задача: приобрести навыки определения трудоспособного населения, его динамики на изучаемой территории.

Задание: на примере какой-либо административной единицы Российской Федерации дать анализ демографической ситуации (численность населения, возрастной состав, численность и динамика трудоспособного населения, миграционная политика и т.п.).

#### Материалы для ознакомления

#### Семинар 8

Цель: изучение территорий с успешным геобрендом

Задача: провести анализ факторов территорий с успешным геобрендом

Задание: на примере какой-либо территории с успешным геобрендом изучить факторы ее активного продвижения, показать преимущества использования географических ресурсов.

Материалы для ознакомления

«Город Мышкин - бренд из названия» Сергей Камышев Путешествия.  
12 февраля 2022

«Мышкин. Как из ничего сделали туристический бренд»

Кавказские минеральные воды – бренд лечебно-оздоровительный туризм

### **Семинар 9**

Цель: изучение территорий, имеющих высокий потенциал географических ресурсов для разработки ее геобренда

Задача: выявить территории в России с высоким потенциалом географических ресурсов для их использования в разработке геобренда

Задание: на примере какой-либо территории выберите географические ресурсы и разработайте основу геобренда

Дианова Ю.В, Дианов С.А. Ярмарочное прошлое и настоящее для геокультурного брендинга уральских городов// Человек и культура. – 2020,

### **Семинар 10**

Цель: приобрести навыки выявления географических ресурсов с целью их использования для территорий с неразработанным геобрендингом.

Задача: выбрать территорию в РФ, изучить ее географические ресурсы

Задание: предложить геобрендинг на основе выбранных географических ресурсов. Разработать основу геобрендинга с помощью выбранных географических ресурсов.

## **9.2. Методические рекомендации по подготовке презентации**

## Электронные презентации

выполняются в программе MS PowerPoint в виде слайдов в следующем порядке:

- титульный лист с заголовком темы и автором исполнения презентации;
- план презентации (5-6 пунктов - это максимум);
- основная часть (не более 10 слайдов);
- заключение (вывод);

Общие требования к стилевому оформлению презентации:

- дизайн должен быть простым и лаконичным;
- основная цель - читаемость, а не субъективная красота. При этом не надо

впадать в другую крайность и писать на белых листах черными буквами - не у всех это получается стильно;

- цветовая гамма должна состоять не более чем из двух-трех цветов;
- всегда должно быть два типа слайдов: для титульных, планов и т.п. и для основного текста;
- размер шрифта должен быть: 24-54 пункта (заголовок), 18-36 пунктов (обычный текст);
- текст должен быть свернут до ключевых слов и фраз. Полные развернутые предложения на слайдах таких презентаций используются только при цитировании. При необходимости, в поле «Заметки к слайдам» можно привести краткие комментарии или пояснения.

- каждый слайд должен иметь заголовок;
- все слайды должны быть выдержаны в одном стиле;
- на каждом слайде должно быть не более трех иллюстраций;
- слайды должны быть пронумерованы с указанием общего количества слайдов;
- использовать встроенные эффекты анимации можно только, когда без этого не обойтись. Обычно анимация используется для привлечения внимания слушателей (например, последовательное появление элементов диаграммы).
- списки на слайдах не должны включать более 5-7 элементов. Если элементов списка все-таки больше, их лучше расположить в две колонки. В таблицах не должно быть более четырех строк и четырех столбцов - в противном случае данные в таблице будут очень мелкими и трудно различимыми.

### **9.3. Иные материалы**

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

*Цель дисциплины:* подготовка магистрантов к решению профессиональных задач в области геобрендинга, входящей в компетенции магистра по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент**, в том числе развитие умений и навыков по анализу географических ресурсов и возможностью их использования при разработке геобрендинга.

*Задачи дисциплины:*

~ формирование компетенций, необходимых для подготовки специалистов в области территориального брендинга;

~ получение необходимой географической информации о ресурсном потенциале страны в разрезе территориального деления, районирования, отдельных местностей в целях использования этих знаний при разработке геобрендинга;

~ формирование представлений об использовании географических ресурсов территории в разных отраслях экономики, социально-культурной жизни общества для разработки геобрендинга;

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

*Знать:* географические ресурсы территории;

*Уметь:* изучать, анализировать и интерпретировать региональную географическую информацию при разработке геобрендинга

*Владеть:* географическими методами оценки ресурсов территории для разработки геобрендинга

Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.