

Магистратура

ГЕОБРЕНДИНГ

По направлению «Реклама и связи с общественностью»

Магистерская программа «Геобрендинг» разработана на основе образовательного стандарта по направлению **«Реклама и связи с общественностью»**.

Программа имеет прикладную ориентацию и направлена на изучение и применение коммуникационных технологий в сфере продвижения территорий.

«Геобрендинг» (брендинг территории или продвижение территории), одно из актуальных направлений современных стратегических коммуникаций и повышения конкурентоспособности территориальных образований.

В его основе – коммуникационные технологии, интегрирующие экономические, социальные, культурные и политические аспекты управления территориями и направленные на создание устойчивого привлекательного образа территории.

Бурное развитие городов является важнейшей причиной актуализации проблемы брендинга территории. Доля горожан на планете вырастет в 2050 г. до 70%.

В российских городах уже сегодня проживает более 70% населения. Города все острее конкурируют между собой за привлечение инвестиций, резидентов, туристов.

Города стали активно работать над созданием привлекательности для всех возможных целевых аудиторий – жителей, туристов, инвесторов.

Магистерская программа по направлению
«Реклама и связи с общественностью»
«Геобрендинг» направлена на подготовку
специалистов по продвижению территории
для органов местного самоуправления и
государственной власти, муниципальных и
государственных учреждений,
коммерческих и некоммерческих
организаций.

Выпускники программы будут обладать знаниями и умениями по разработке и применению технологий продвижения конкретной территории, что может быть востребовано административными, деловыми, политическими структурами, СМИ, учреждениями образования и культуры регионов.

Базовая часть программы представлена следующими курсами:

- Технологии рекламы и СО в различных сферах
- Планирование и реализация кампании по рекламе и СО
- Управление агентством рекламы и СО и службой рекламы и СО в организации
- Методологические проблемы современной науки
- Иностраннный язык
- Основы научных исследований в профессиональной сфере

Вариативная часть программы представлена такими курсами:

- Территориальный маркетинг
- Методология и методы изучения территории
- Технологии геобрендинга
- Современные проблемы управления территорией
- Креативные города и креативные экономики
- и другие дисциплины

И блок дисциплин по выбору магистрантов:

- *дисциплина №1*

Управление инвестиционными проектами и отношениями с инвесторами

СМИ в системе геобрендинга

- *дисциплина № 2*

Межэтнические аспекты бренд-менеджмента территории

Кросс-культурные исследования в геобрендинге

- *дисциплина № 3*

Развитие интернет ресурса территории

Интернет-коммуникации в сфере рекламы и СО

- *дисциплина № 4*

Командообразование в работе с брендом территории

Моделирование бренда территории

Демографические и миграционные процессы

- *дисциплина № 5*

Визуальные коммуникации бренда

Роль учреждений культуры в формировании и развитии бренда территории

В программе магистратуры представлены и факультативные дисциплины:

- Основы теории коммуникации
- Символический капитал территории

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ.

ПРИХОДИТЕ К НАМ УЧИТЬСЯ!