

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«ИРКУТСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»

Структурное подразделение «Архитектуры и градостроительства»

УТВЕРЖДЕНА:
на заседании кафедры
Протокол №10 от 02 июня 2025 г.

Рабочая программа дисциплины

«ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ БРЭНДИНГ И МЕТОДЫ ПЛАНИРОВАНИЯ»

Направление: 07.04.04 Градостроительство

Проектирование градостроительных ландшафтов

Квалификация: Магистр

Форма обучения: очная

Документ подписан простой электронной
подписью
Составитель программы: Рябченкова
Антонина Васильевна
Дата подписания: 22.05.2025

Документ подписан простой электронной
подписью
Утвердил и согласовал: Пуляевская Евгения
Владимировна
Дата подписания: 14.06.2025

Год набора – 2025

Иркутск, 2025 г.

1 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1 Дисциплина «Территориальный брендинг и методы планирования» обеспечивает формирование следующих компетенций с учётом индикаторов их достижения

Код, наименование компетенции	Код индикатора компетенции
ПК-3 Способен проводить комплексные прикладные и фундаментальные научные исследования	ПК-3.3

1.2 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы

Код индикатора	Содержание индикатора	Результат обучения
ПК-3.3	Определяет возможные градостроительные сценарии развития территориального объекта, связанные с решением градостроительных задач, и проводит их оценку определения потребности в проведении изысканий и исследований для конкретных видов градостроительной документации, подлежащей разработке для конкретных территориальных объектов, в том числе с использованием автоматизированных информационных систем, обобщает и систематизирует сведения в различных видах и формах	Знать принципы формирования безбарьерной среды; основ статистического анализа и методов его применения в градостроительном проектировании; принципов ландшафтно-градостроительной организации территории; разработки балансовых и технико-экономических обоснований проектов. Уметь разрабатывать программы совершенствования градостроительной среды для маломобильного населения; применять принципы ландшафтно-экологического подхода в градостроительном проектировании; применять методы экономического и статистического анализа при разработке градостроительной документации. Владеть навыками применения знаний и методов смежных дисциплин при разработке градостроительной документации.

2 Место дисциплины в структуре ООП

Изучение дисциплины «Территориальный брендинг и методы планирования» базируется на результатах освоения следующих дисциплин/практик: «Инженерная урбанистика», «Методы обеспечения жизнепригодности городских территорий»

Дисциплина является предшествующей для дисциплин/практик: «Градостроительный анализ и научные исследования», «Историко-культурные ландшафты, их сохранение и развитие», «Методы обеспечения жизнепригодности городских территорий», «Проектная и исследовательская деятельность в сфере

территориального планирования», «Производственная практика: научно-исследовательская работа (научно-исследовательский семинар)»

3 Объем дисциплины

Объем дисциплины составляет – 3 ЗЕТ

Вид учебной работы	Трудоемкость в академических часах (Один академический час соответствует 45 минутам астрономического часа)	
	Всего	Семестр № 3
Общая трудоемкость дисциплины	108	108
Аудиторные занятия, в том числе:	32	32
лекции	16	16
лабораторные работы	0	0
практические/семинарские занятия	16	16
Самостоятельная работа (в т.ч. курсовое проектирование)	40	40
Трудоемкость промежуточной аттестации	36	36
Вид промежуточной аттестации (итогового контроля по дисциплине)	Экзамен	Экзамен

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Сводные данные по содержанию дисциплины

Семестр № 3

№ п/п	Наименование раздела и темы дисциплины	Виды контактной работы						СРС		Форма текущего контроля
		Лекции		ЛР		ПЗ(СЕМ)				
		№	Кол. Час.	№	Кол. Час.	№	Кол. Час.	№	Кол. Час.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	Раздел 1. Понятие, сущность и особенности развития градостроительно го маркетинга и брендинга	1	2			1, 2	4	3	10	Устный опрос
2	Раздел 2. Система маркетинговых и брендинговых исследований (Аналитическая функция градостроительно го маркетинга)	2	3			3, 4	4	1	10	Устный опрос
3	Раздел 3. Информационное обеспечение маркетинговых исследований	3	3			5	2			Устный опрос
4	Раздел 4.	4	4			6, 7	3	2	20	Устный

	Комплекс градостроительного маркетинга и брендинга									опрос
5	Внутрифирменное планирование и маркетинговая программа	5	4			8, 9	3			Устный опрос
	Промежуточная аттестация								36	Экзамен
	Всего		16				16		76	

4.2 Краткое содержание разделов и тем занятий

Семестр № 3

№	Тема	Краткое содержание
1	Раздел 1. Понятие, сущность и особенности развития градостроительного маркетинга и брендинга	Основные принципы градостроительной маркетинговой деятельности. Функции градостроительного маркетинга и содержание
2	Раздел 2. Система маркетинговых и брендинговых исследований (Аналитическая функция градостроительного маркетинга)	Стадии маркетинговых исследований. Направления исследований градостроительного маркетинга. Комплексное исследование товарных рынков. Анализ производственно-сбытовых возможностей градостроительной фирмы. SWOT-анализ.
3	Раздел 3. Информационное обеспечение маркетинговых исследований	Методы исследований. Маркетинговая информационная система.
4	Раздел 4. Комплекс градостроительного маркетинга и брендинга	Товарная политика. Инновации. Качество и конкурентоспособность. Товарный ассортимент. Товарная марка. Жизненный цикл товара. Позиционирование. Паблик рилейшнз (PR). Реклама. Стимулирование сбыта. Персональные продажи. Специализированные выставки. Сбытовая политика. Выбор канала распределения. Стратегии сбыта. Ценовая политика. Установление исходной цены. Определение окончательной цены.
5	Внутрифирменное планирование и маркетинговая программа	Функциональные планы производственных отделений. Основные разделы бизнес-плана. Градостроительная маркетинговая программа. Основные виды градостроительной маркетинговой программы. Содержание и структура градостроительной маркетинговой системы. Основные градостроительные маркетинговые стратегии. Основные

		направления градостроительных маркетинговых стратегий на базе выбора целевого рынка и стратегического преимущества. Выбор градостроительной маркетинговой стратегии в зависимости от доли на рынке. Выбор стратегии градостроительного маркетинга в зависимости от состояния рыночного спроса. Маркетинг градостроительных организаций. Маркетинг отдельных лиц. Маркетинг мест. Градостроительный маркетинг идей. Маркетинг услуг и маркетинг в сфере некоммерческой деятельности. Градостроительный маркетинг услуг
--	--	--

4.3 Перечень лабораторных работ

Лабораторных работ не предусмотрено

4.4 Перечень практических занятий

Семестр № 3

№	Темы практических (семинарских) занятий	Кол-во академических часов
1	Функции градостроительного маркетинга и содержание маркетинговой работы. 1) комплексное исследование рынка, рыночной среды и запросов потребителей; 2) сегментация рынка; 3) анализ производственно- сбытовых возможностей; 4) выбор целевого рынка; 5) разработка градостроительной маркетинговой стратегии и программы; 6) товарная политика; 7) ценовая политика; 8) сбытовая (дистрибьюционная) политика; 9) коммуникационная политика (формирование спроса и стимулирование сбыта); 10) формирование структур маркетинговых служб; 11) контроль маркетинговой деятельности и оценка ее эффективности.	2
2	Основные разновидности маркетинга, применяемые в градостроительстве: менеджеристский маркетинг; бихевиористский маркетинг; интегрированный маркетинг; инновационный маркетинг; прямой маркетинг; стратегический маркетинг; экологический («зеленый») маркетинг; социальный (социально-этический) маркетинг; внутренний маркетинг; экспортный маркетинг; импортный маркетинг; внешнеторговый маркетинг; Зарубежный научно-технический маркетинг; маркетинг прямых зарубежных инвестиций; внешнеэкономический маркетинг;	2

	Международный маркетинг; мультинациональный маркетинг; глобальный маркетинг	
3	Стадии маркетинговых исследований: определение проблемы и целей исследования; определение объектов исследования; разработка плана исследования; сбор информации, анализ информации; представление результатов.	2
4	Комплексное исследование товарных рынков, ситуаций, характеризующих состояние спроса: 1. Отрицательный спрос. 2. Отсутствие спроса. 3. Скрытый спрос. 4. Падающий спрос. 5. Нерегулярный спрос. 6. Полный спрос. 7. Чрезмерный спрос. 8. Иррациональный спрос.	2
5	Анализ производственно-сбытовых возможностей градостроительной фирмы предполагает оценку: ее финансового положения; организационной структуры управления, производственных мощностей и материально-технической базы (обеспеченность материалами, сырьем, энергией); научно- технического и кадрового потенциала; товарного ассортимента и конкурентоспособности выпускаемой продукции; издержек производства по всей номенклатуре выпускаемых изделий; системы сбыта и продвижения товара на рынок, существующих стратегий, информационной инфраструктуры и т. д.	2
6	SWOT-анализ. Выявление потенциально сильных сторон компании; потенциально слабых сторон компании; определение рыночных возможностей; определение угрожающих факторов внешней среды; стратегический анализ издержек; оценка конкурентной позиции фирмы.	2
7	Методы исследований: метод кабинетных и метод полевых исследований; наблюдение; эксперименты; лабораторные эксперименты; полевые эксперименты. Опрос; анкетирование; телефонное интервью; личное собеседование.	1
8	Факторы конкурентоспособности: технические факторы, характеризующие технический уровень и качество товара; технический уровень – это техническое совершенство продукта, степень воплощения в нем новейших научно- технических достижений; качество определяется параметрами (показателями), соответствующими определенным свойствам товара (прочность, скорость, эстетические характеристики, безопасность,	2

	функциональность и пр.); техникоэкономические факторы (надежность, материалоемкость, энергоемкость, удобство монтажа и т. д.); организационнокоммерческие факторы (цена, условия платежа, сроки поставки, базисные условия контракта, эффективность маркетинга и рекламы, уровень допродажного и послепродажного сервиса, сертификация товара и др.).	
9	Стратегии сбыта: интенсивный сбыт; исключительный сбыт; селективный сбыт. Ценовая политика: цена «раздетой» модели; цена «убыточного лидера»; цены особых случаев; цена за набор, который предлагается по более низкой цене, чем сумма цен отдельных предметов; скидки с цены, товарообменный зачет и наценки. Внутрифирменное планирование: организационный план; план рабочей силы; товарный план; план капитального строительства; план эксплуатации оборудования; план материального снабжения и производственных запасов; план прибыли, или финансовый план; план сбыта продукции.	1

4.5 Самостоятельная работа

Семестр № 3

№	Вид СРС	Кол-во академических часов
1	Выполнение тренировочных и обучающих тестов	10
2	Подготовка к практическим занятиям (лабораторным работам)	20
3	Проработка разделов теоретического материала	10

В ходе проведения занятий по дисциплине используются следующие интерактивные методы обучения: Дискуссия

5 Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины

5.1 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

5.1.1 Методические указания для обучающихся по практическим занятиям

1. Чупин Виктор Романович ег-6237 11 экз. Экономика города : учебное пособие для студентов специальности по направлению 270800.62 "Строительство" / В. Р. Чупин. - Иркутск : Изд-во ИрГТУ, 2014. - 22 с.
2. Маркетинг : метод. указания, задания к практ. занятиям и самостоят. работе для специальностей 190701 "Орг. перевозок и упр. на транспорте"... / Иркут. гос. техн. ун-т. - Иркутск : Изд-во ИрГТУ, 2006. - 32 с. : а-ил 17) [нет] 60 экз. М26

5.1.2 Методические указания для обучающихся по самостоятельной работе:

1. Экономика градостроительства : учебное пособие / А. В. Рябченкова. - Иркутск : Изд-во ИрГТУ, 2012. - 156 с

6 Фонд оценочных средств для контроля текущей успеваемости и проведения промежуточной аттестации по дисциплине

6.1 Оценочные средства для проведения текущего контроля

6.1.1 семестр 3 | Устный опрос

Описание процедуры.

Устный опрос

Тема (раздел) Понятие, сущность и особенности развития градостроительного маркетинга и брендинга.

Описание процедуры: проводится на практических занятиях в виде устного опроса.

Вопросы для контроля:

1. Назовите принципы формирования безбарьерной среды;
2. Перечислите основы статистического анализа и методы его применения в территориальном брендинге;
3. Дать понятие, сущность и особенности развития градостроительного маркетинга и брендинга.
4. Рассказать о существующих системах исследования в брендинге территорий.
5. Что относится к комплексу градостроительного маркетинга.

Критерии оценивания.

Критерии оценки:

10 баллов – десять

Систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам градостроительного маркетинга и брендинга, а также по основным вопросам, выходящим за пределы учебной программы в этом направлении;

Точное использование научной терминологии систематически грамотное и логически правильное изложение ответа на вопросы;

Безупречное владение инструментарием учебной дисциплины, умение его эффективно использовать в постановке научных и проектных задач на практике;

Выраженная способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы и нестандартные ситуации;

Полное и глубокое усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой;

Умение ориентироваться в теориях, концепциях и направлениях и давать им критическую оценку, используя научные достижения других дисциплин;

Творческая самостоятельная работа на практических занятиях и самостоятельных проектах, активное участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

9 баллов – девять

Систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы по дисциплине;

Умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях, и давать им критическую оценку;

Точное использование научной терминологии (в том числе и на иностранном языке), стилистически грамотные, логически правильное изложение ответа на вопросы;

Владение инструментарием, умение его эффективно использовать в постановке и решение научных и профессиональных задач;

Способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы в нестандартных ситуациях в рамках учебной программы по дисциплине;

Полное усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой по дисциплине;

Самостоятельная работа на практических занятиях и самостоятельных проектных заданиях, творческое участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

8 баллов – восемь

Систематизированные, глубокие и полные знания по всем поставленным вопросам в объеме учебной программы;

Умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях дисциплины и давать им критическую оценку;

Использование научной терминологии, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы;

Владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в постановке и решении научных профессиональных задач;

Способность самостоятельно решать сложные проблемы в рамках учебной;

Усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой

по дисциплине;

Активная самостоятельная работа на практических занятиях, систематическое участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

7 баллов – семь

Систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам дисциплины (согласно

учебной программы);

Умение ориентироваться в основном теориях, концепциях и направлениях дисциплины и давать им критическую оценку;

Использование научной терминологии (в том числе и на иностранном языке), лингвистически и логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы;

Владение инструментарием дисциплины, умение его использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач;

Усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой

по дисциплине;

Самостоятельная работа на практических занятиях, участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

6 баллов – шесть

Достаточно полные и систематизированные знания в объеме рабочей программы;

Умение ориентироваться в базовых теориях, концепциях и направлениях дисциплины, давать им сравнительную оценку;

Использование необходимой научной терминологии, стилистически грамотно логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы;

Владение инструментарием дисциплины, умение его использовать в решении учебных профессиональных задач;

Способность самостоятельно применять типовые решения в рамках учебной программы;

Усвоение основной литературы, рекомендованной учебной программой по дисциплине;

Активная самостоятельная работа на практических занятиях, периодическое участие в

групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

5 баллов – пять

Достаточные знания в объеме учебной программы;

Умение ориентироваться в базовых теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине и давать им сравнительную оценку;

Использование научной терминологии, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать выводы;

Владение инструментарием учебной программы дисциплины, умение его использовать в решении учебных и профессиональных задач;

Способность самостоятельно применять типовые решения в рамках учебной программы по дисциплине;

Усвоение основной литературы, рекомендованной программой по дисциплине;

Самостоятельная работа на практических занятиях, участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения задания.

4 балла – четыре, зачтено:

Достаточный объем знаний в рамках образовательного стандарта;

Усвоение основной литературы, рекомендованной учебной программой по дисциплине;

Умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по дисциплине и давать им оценку;

Использование научной терминологии, стилистическое и логическое изложение ответа на вопросы, умение делать выводы без существенных ошибок;

Владение инструментарием учебной дисциплины, умения его использовать в решении типовых задач;

Умение под руководством преподавателя решать стандартные задачи;

Работа под руководством преподавателя на практических занятиях, допустимый уровень культуры исполнения заданий.

3 балла – три, не зачтено:

Неполный (недостаточный) объем знаний в рамках образовательного стандарта;

Знание части основной литературы, рекомендованной программой дисциплины;

Использование научной терминологии, изложение ответа на вопросы с существенными лингвистическими и логическими ошибками;

Слабое владение инструментарием дисциплины, некомпетентность в решении стандартных (типовых) задач;

Неумение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях дисциплины;

Пассивность на практических занятиях, низкий уровень культуры исполнения заданий.

2 балла – два, не зачтено:

Фрагментарные знания в рамках образовательного стандарта;

Знание отдельных литературных источников, рекомендованных учебной программой по дисциплине;

Неумение использовать научную терминологию дисциплины, наличие в ответе грубых стилистических и логических ошибок;

Пассивность на практических занятиях, низкий уровень культуры исполнения заданий.

1 балл – один, не зачтено.

6.2 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

6.2.1 Критерии и средства (методы) оценивания индикаторов достижения компетенции в рамках промежуточной аттестации

Индикатор достижения	Критерии оценивания	Средства
-----------------------------	----------------------------	-----------------

компетенции		(методы) оценивания промежуточной аттестации
ПК-3.3	знание материала, успешное выполнение предусмотренных программой заданий	Теоретический уровень подготовки студент показывает на экзамене. Оценка «отлично», «хорошо», ставится студенту, обнаружившему всестороннее, систематическое и достаточно глубокое знание материала, умение свободно ориентироваться во всех вопросах, изученного курса. Оценка «удовлетворительно» ставится студенту за знание материала в рамках программного курса, но допустившего грубые ошибки в трактовке понятий. Оценка "неудовлетворительно" ставится студенту, обнаружившему существенные пробелы в знании основного

		материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Студенты, не прошедшие данный аттестационный этап, по усмотрению преподавателя допускаются к пересдаче экзамена однократно.
--	--	--

6.2.2 Типовые оценочные средства промежуточной аттестации

6.2.2.1 Семестр 3, Типовые оценочные средства для проведения экзамена по дисциплине

6.2.2.1.1 Описание процедуры

Оценка «отлично», «хорошо», ставится студенту, обнаружившему всестороннее, систематическое и достаточно глубокое знание материала, умение свободно ориентироваться во всех вопросах, изученного курса.

Оценка «удовлетворительно» ставится студенту за знание материала в рамках программного курса, но допустившего грубые ошибки в трактовке понятий.

Оценка "неудовлетворительно" ставится студенту, обнаружившему существенные пробелы в знании основного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Студенты, не прошедшие данный аттестационный этап, по усмотрению преподавателя допускаются к пересдаче экзамена однократно.

6.2.2.1.2 Критерии оценивания

Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
Демонстрирует свободное владение понятийным аппаратом, знание основных концепций и	Демонстрирует неполное владение понятийным аппаратом, знание основных концепций и	Демонстрирует неполное владение понятийным аппаратом, отсутствует знание основных концепций и	Отсутствует владение понятийным аппаратом, отсутствует знание основных концепций и ключевых событий и умения подбирать

ключевых событий и умения подбирать убедительные фактические данные для доказательства выбранной точки зрения. Выполнены контрольные и проверочные работы, творческие задания.	ключевых событий и умения подбирать убедительные фактические данные для доказательства выбранной точки зрения. Выполнены контрольные и проверочные работы, творческие задания.	ключевых событий и умения подбирать убедительные фактические данные для доказательства выбранной точки зрения. Выполнены контрольные и проверочные.	убедительные фактические данные для оказания выбранной точки зрения. Не выполнены контрольные и проверочные работы, творческие задания.
--	--	---	---

7 Основная учебная литература

1. Ноздрева Р.Б. Маркетинг : учебник / к сб. в целом: Моск. гос. ин-т междунар. отношений (ун-т) МИД РФ, 2004. - 564.
2. Кнышова Е. Н. Маркетинг : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Н. Кнышова, 2004. - 281 [1].
3. Сайкин Е. А. Основы брендинга [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е. А. Сайкин, 2016. - 55.
4. Побединская Е. А. Технологии брендинга территории [Электронный ресурс] : курс лекций / Е. А. Побединская, П. И. Срыбная, 2018. - 98.

8 Дополнительная учебная литература и справочная

1. Стаханов В. Н. Маркетинг строительства : учеб. пособие для вузов по специальностям "Маркетинг" и "Менеджмент" / В. Н. Стаханов, Е. К. Ивакин, 2001. - 143.
2. Особенности предпринимательства и маркетинга [Электронный ресурс] : методические указания для выполнения практических работ для студентов дневной формы обучения специальности 240100 / Иркутский гос. технический ун-т, 2004. - 25.
3. Голиков Е. А. Маркетинг и логистика : учеб. пособие для вузов / Е. А. Голиков, 2006. - 445.
4. Трайнев В. А. Менеджмент и маркетинг в образовании, науке и производстве и его информационное обеспечение (методология и практика) / В. А. Трайнев, С. А. Дмитриев, И. И. Пинчук; под общ. ред. В. А. Трайнева, 2007. - 266.
5. Кеворков В. В. Практикум по маркетингу : учебное пособие для вузов / В. В. Кеворков, Д. В. Кеворков, 2008. - 541.
6. Голубков Е. П. Основы маркетинга : учебник для вузов по экономическим специальностям / Е. П. Голубков, 2008. - 702.
7. Васильев Г. А. Рекламный маркетинг : учеб. пособие для вузов по специальностям 032401 Реклама... / Г. А. Васильев, В. А. Поляков, 2008. - 274.

8. Дойль П. Маркетинг, менеджмент и стратегии : учебник : пер. с англ. / П. Дойль, Ф. Штерн; , 2007. - 542.
9. Черчилль Г. А. Маркетинговые исследования / Гилберт А. Черчилль, Том Дж. Браун, 2007. - 699.
10. Овчинникова О. Г. Ребрендинг / О. Г. Овчинникова, 2007. - 167.
11. Чернатони Л. Брендинг. Как создать мощный бренд : учеб. для вузов по специальностям 080111 "Маркетинг" ... / Лесли де Чернатони, Малькольм МакДональд; пер. с англ. под ред. Б. Л. Еремина, 2006. - 543.
12. Рыбченко С. А. Формирование стратегий брендинга на российском рынке мясной продукции : монография / С. А. Рыбченко, 2009. - 165.
13. Рожков И. Я. Брендинг : учебник для бакалавров по специальности "Реклама и связи с общественностью" / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин, 2013. - 331.
14. Годин А. М. Брендинг : учебное пособие / А. М. Годин, 2012. - 182.
15. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие для вузов по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью" / Ф. И. Шарков, 2016. - 323.
16. Терентьев Ю. В. Проектирование брендинговых кампаний [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю. В. Терентьев, 2020. - 103.

9 Ресурсы сети Интернет

1. <http://library.istu.edu/>
2. <https://e.lanbook.com/>

10 Профессиональные базы данных

1. <http://new.fips.ru/>
2. <http://www1.fips.ru/>

11 Перечень информационных технологий, лицензионных и свободно распространяемых специализированных программных средств, информационных справочных систем

1. Microsoft Office 2003 VLK (поставки 2007 и 2008)
2. Microsoft Office 2007 VLK (поставки 2007 и 2008)
3. Microsoft Office 2007 Standard - 2003 Suites и 2007 Suites - поставка 2010
4. Microsoft Office 2003 rus для ВРТНК
5. Microsoft Office 2003 Suite SB Edition_для ВРТНК
6. Microsoft Office Standard (2007 + 2003)_rus_VLK_для КУИЦ
7. Microsoft Office Standard 2010_RUS_ поставка 2010 от ООО "Азон"

8. Microsoft Office Standard 2010_RUS_ поставка 2010 от ЗАО "СофтЛайн Трейд"
9. Microsoft Office Professional Plus 2010_RUS_ поставка 2010 от ЗАО "СофтЛайн Трейд"
10. Microsoft Office Standard 2010_RUS_ поставка 2010_(артикул 021-09683)
11. Microsoft Office Professional Plus ALNG LicSAPk MVL School A Faculty (79P-03774)_поставка 2010_подписка 2011 и 2012 с/ф №284
12. Microsoft Office Professional Plus 2013
13. Гарант (без обновлений)
14. АРМ ALLPLAN Архитектура и конструирование (+2 лицензии на сервер лицензий) 2-я поставка 2010
15. СПС "Консультант Плюс" _для КУИЦ
16. 1С:Предприятие (Бухгалтерия для бюджетных организаций) 7.7 Проф_для КУИЦ
17. Гарант (коммерческий)
18. 1С Предприятие 8. поставка 2015
19. 1С Предприятие 8. поставка 2019
20. 1С: Транспортная логистика. экспедирование и управление автотранспортом КОПП.
21. 1С: ЕHS Комплексная производственная безопасность КОПР
22. 1С Предприятие 8 ПРОФ

12 Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Компьютер P4 631/1646Gz/1024/120/3.5"/GF256/DVD-RW/ монитор Samsung940/кл/мышь
2. Компьютер Asustek P8H6-M/Core i3 2100/DDR3 4Gb/HDD 1Tb/ATX 600W/LCD21.5/ИБП1000
3. Компьютер Intel i3ASRock H55M/2Gb/HDD500Gb/GF52Mb/DVDRW/ATX450W/LCD22/ИБП1000 VA
4. Компьютер "i7-4770(3.4)/16Gb/1Tb/GF 1024/23.6""
5. Компьютер "i7-4770(3.4)/16Gb/1Tb/GF 1024/23.6""
6. Компьютер "i7-4770(3.4)/16Gb/1Tb/GF 1024/23.6""
7. Компьютер "i7-4770(3.4)/16Gb/1Tb/GF 1024/23.6""
8. Компьютер "i7-4770(3.4)/16Gb/1Tb/GF 1024/23.6""
9. Компьютер "i7-4770(3.4)/16Gb/1Tb/GF 1024/23.6""

10. Компьютер "i7-4770(3.4)/16Gb/1Tb/GF 1024/23.6""
11. Компьютер "i7-4770(3.4)/16Gb/1Tb/GF 1024/23.6""
12. Компьютер "i7-4770(3.4)/16Gb/1Tb/GF 1024/23.6""
13. Компьютер "i7-4770(3.4)/16Gb/1Tb/GF 1024/23.6""
14. Монитор LCD 17 Samsung 710N
15. Монитор 17"XGA Samsung 763MB
16. Монитор Samsung 17"
17. Проектор мультимедиа BenQ MW621ST(с экраном 2*2м)
18. Моноблок Lenovo C34520 с ИБП
19. шкаф для документов
20. Шкаф плательный
21. Шкафы книжные
22. Шкафы книжные
23. Шкафы книжные
24. Принтер CCX-4729 б\у
25. Принтер LaserJet M1132 MFP
26. Принтер HP LJ 1010
27. МФУ А4 Kyocera ECOSYS M2030 dn Принтер,Копир,Сканер,30ppm,Duplex,LAN,USB
28. сканер Mustek
29. Сканер HP SJ 8270 C
30. Сканер Mustek 1200s