

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«**Российский государственный гуманитарный университет**»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ИНСТИТУТ ЕВРАЗИЙСКИХ И МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ
Кафедра стран постсоветского зарубежья

ИМАЖИНАЛЬНАЯ ГЕОГРАФИЯ СТРАН ЕВРАЗИИ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Код и наименование направления подготовки/специальности

Реклама и брендинг на евразийском пространстве

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2024

Имажинальная география стран Евразии
Рабочая программа дисциплины (модуля)

Составитель(и):

*Кандидат исторических наук, доцент,
доцент кафедры стран постсоветского зарубежья Е.А. Косован*

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№ 05 от 20.03.2024

Оглавление

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

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – ознакомление учащихся с основами имагинальной (образной) географии как междисциплинарного научного направления в рамках гуманитарной географии, которое изучает особенности и закономерности формирования географических образов, их структуру, специфику моделирования, способы репрезентации и интерпретации на пространстве Евразии.

Задачи дисциплины:

- ознакомление учащихся с историей и историко-культурным контекстом становления имагинальной географии, ее понятийным и методологическим аппаратом, формами взаимодействия со смежными научными направлениями (когнитивная география, мифогеография) и дисциплинами (культурология, культурная антропология, культурное ландшафтоведение, история, социология);
- формирование у учащихся представления о взаимосвязи и взаимодействии пространства, географической среды, общества и культуры и о формировании геокультуры и геобразов как результате такого взаимодействия;
- передача учащимся знаний об особенностях и закономерностях формирования географических образов, структуре географических образов, специфике их моделирования, способах и типах их репрезентации и интерпретации;
- передача учащимся знаний о процессе и результатах развития геокультуры и геокультурного пространства;
- выработка у учащихся понимания особенностей взаимодействия пространства и власти;
- формирование у учащихся представления о территориальном имиджейкинге, брендинге, маркетинге и о ключевых направлениях и подходах 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
ПК-3 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-3.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	<i>Знать:</i> основы становления гуманитарно-географического образа и геокультуры территории, их взаимосвязь с имиджем и брендом территории и особенности этой взаимосвязи в России и на евразийском пространстве <i>Уметь:</i> определять стратегию формирования и продвижения конструктивного географического образа определенной территориальной единицы (региона, города и т.п.)
	ПК-3.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках	<i>Знать:</i> основные (в т.ч. операциональные) понятия и этапы геокультурного брендинга территорий, специфику его

	реализации коммуникационной стратегии	реализации на евразийском пространстве <i>Уметь:</i> разрабатывать концептуальную платформу территориального бренда, планировать деятельность группы, занятой геокультурным менеджментом и брендингом территорий, формулировать алгоритм реализации геобрендинга и определять критерии оценки конечного продукта
<i>ПК-5</i> Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	<i>ПК-5.1</i> При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	<i>Знать:</i> ключевые подходы к презентации бренда территории и возможности их применения на пространстве Евразии <i>Уметь:</i> планировать коммуникационную поддержку продвижения геобренда, осуществлять оценку результатов мероприятий по его продвижению

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина (*модуль*) «Имагинальная география стран Евразии» относится к обязательной части блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины (*модуля*) необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Культурология», «Визуальные коммуникации», «Русское и мировое искусство в коммуникациях», «Русская и зарубежная литература в коммуникациях».

В результате освоения дисциплины (*модуля*) формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Имиджеология», «Маркетинговая среда Евразийского содружества»

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часов.

Структура дисциплины для очной 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
7	Лекции	16
7	Семинары	26
Всего:		42

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часов.

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Основы имажинальной географии	История, научный и социокультурный контекст становления имажинальной географии за рубежом (в т.ч. в странах ближнего зарубежья) и в России. Основные научные школы в рамках имажинальной географии. Междисциплинарный характер дисциплины и особенности ее взаимодействия со смежными науками и научными направлениями. Возможности мифогеографии и когнитивной географии. Ключевые понятия имажинальной географии (образно-географическое пространство, геообраз, ландшафт, геокультура, локальный миф, региональная идентичность и др.) и их смысловое наполнение. Методология имажинальной географии. Особенности case-study. Основы образного картографирования. Формирование и моделирование геообраза, его структура, репрезентация и интерпретация. Образ, пространство и власть.
2	Теория территориального имиджмейкинга и геобрендинга	Геообраз и геоимидж. Территориальный геобрендинг, его направления и механизмы. Геобрендинг как инструмент экономического и социокультурного развития. Особенности формирования и использования территориальных брендов в политической сфере. Общенациональные, региональные, городские бренды как инструмент политики формирования позитивного / негативного имиджа государства.
3	Географические образы в политике стран Евразии	Имажинальная география Евразии. Евразия как образ и символ в классической и прагматической теории евразийства. Географические образы и пространственная идентичности основных евразийских субрегионов (Балтийский, Восточноевропейский, Закавказский, субрегиона ЦА+КНР). Власть, образ и пространство в странах Евразии. Опыт формирования бренда территорий в странах Евразии.

4. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1.	Основы имажинальной географии	Лекции 1-2	Вводные лекции с использованием видеоматериалов

		<i>Семинары 1-3</i>	<i>Опрос по материалам лекции, развернутая беседа, дискуссия</i>
		<i>Самостоятельная работа</i>	<i>Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i>
2.	Теория территориального имиджмейкинга и геобрендинга	<i>Лекции 3-4</i>	<i>Тематическая лекция с использованием видеоматериалов / слайдов</i>
		<i>Семинары 4-8</i>	<i>Опрос по материалам лекции, обсуждение доклада</i>
		<i>Самостоятельная работа</i>	<i>Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i>
3.	Географические образы в политике стран Евразии	<i>Лекции 5-8</i>	<i>Тематическая лекция с использованием видеоматериалов / слайдов</i>
		<i>Семинары 9-13</i>	<i>Опрос по материалам лекции, обсуждение доклада</i>
		<i>Самостоятельная работа</i>	<i>Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i>

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1 Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- <i>опрос</i>	<i>5 баллов</i>	<i>30 баллов</i>
- <i>участие в дискуссии на семинаре</i>	<i>5 баллов</i>	<i>10 баллов</i>
- <i>презентация доклада (темы 1-3)</i>	<i>10 баллов</i>	<i>10 баллов</i>
- <i>обсуждение доклада / оппонирование докладчику (темы 1-3)</i>	<i>10 баллов</i>	<i>10 баллов</i>
Промежуточная аттестация – <i>зачет с оценкой</i>		40 баллов
Итого за семестр		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 таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
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

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	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/ C	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>
67-50/ D,E	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>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

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

Вопросы к зачету

1. Предпосылки и история становления имагинальной географии
2. Основные понятия гуманитарной географии
3. Культура и пространство: моделирование географических образов
4. Символы и образы как способ организации восприятия реальности и их свойства
5. Образно-географическое картографирование как метод исследования в имагинальной гуманитарной географии
6. Моделирование географических образов: методологические и теоретические подходы
7. Геокультурный образ и геокультурное пространство
8. Взаимосвязь географической среды, общества и культуры
9. Понятия знакового места, культурного ландшафта и территориальной идентичности
10. Понятие гетеротопии в имагинальной географии
11. Место мифа и мифологии в имагинальной географии
12. Геокультура и геобрендинг в имагинальной географии
13. Понятие брендинга территории, его основные виды и направления
14. Системы идентификации территории
15. Методология брендинга территории
16. Особенности управления территориальным брендом. Основные стратегии и функции ребрендинга территории.
17. Инструменты, этапы разработки и механизмы внедрения геобренда
18. Политическое измерение геобрендинга.
19. Экономическое измерение геобрендинга.
20. Социокультурное измерение геобрендинга.
21. Особенности имагинальной географии Евразии
22. Имагинальная география и геобрендинг ЦА и КНР
23. Имагинальная география и геобрендинг в странах Балтии
24. Имагинальная география и геобрендинг в странах Восточноевропейского субрегиона евразийского пространства
25. Имагинальная география и геобрендинг в странах Закавказья

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Список источников и литературы

Литература

основная

1. Геобрендинг / Под ред. Т.Ю. Лебедевой. М.: L'Harmattan, IEERP, 2014. 248 с.

2. *Гладкий Ю.Н.* Гуманитарная география. Научная экспликация. СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2010. 664 с.
3. *Горчакова В.Г.* Прикладная имиджология. Ростов-на-Дону: Феникс, 2010. 478 с.
4. *Динни К.* Брендинг территорий. Лучшие мировые практики. М., Издательство «Манн, Иванов и Фербер». 2013. 336 с.
5. *Замятин Д.Н.* Власть пространства и пространство власти. М.: РОССПЭН, 2004. 352 с.
6. *Замятин Д.Н.* Культура и пространство. Моделирование географических образов. М.: Знак, 2013. 488 с.
7. *Замятин Д.Н.* Моделирование географических образов: Пространство гуманитарной географии. Смоленск: Ойкумена, 1999. 256 с.
8. Культура и пространство: историко-культурные бренды и образы территорий, регионов и мест / Под ред. В.К. Мальковой, акад. В.А. Тишкова. Ростов н/Д: Издательство ЮНЦ РАН, 2012. 312 с. URL: https://static.iea.ras.ru/books/Kultura_i_prostranstvo.pdf
9. *Музыкант В.Л.* Формирование бренда средствами рекламы и PR. М.: Экономистъ, 2004. 606 с.
10. *Рагулина М.В.* Концепции культуры и культурный ландшафт // Теория и практика общественного развития. 2012. №7. С. 167–169. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsii-kulturny-i-kulturnyy-landshaft>
11. Символическая политика: Сб. науч. тр. / Ред. кол.: Малинова О.Ю. (гл. ред.) и др. М.: ИНИОН, 2016. Вып. 4: Социальное конструирование пространства. 371 с. URL: http://inion.ru/site/assets/files/1560/2016_symbolic_politics_4.pdf

дополнительная

1. *Блашенкова В.С.* Бренд территории: создание и продвижение. Как это делается в России. Практическое руководство. М.: ОАО «Можайский полиграфический комбинат», 2011. 320 с.
2. *Замятин Д.Н.* Географические образы: что это такое? // География в школе. 2003. № 6. С. 21–28.
3. *Замятин Д.Н.* Геокультура: образ и его интерпретации // Вестник Евразии. 2002. № 2. С. 5–17. URL: <http://www.perspektivy.info/print.php?ID=35978>
4. *Замятин Д.Н.* Гуманитарная география: пространство, воображение и взаимодействие гуманитарных наук / // Феномен культуры в российской общественной географии: экспертные мнения, аналитика, концепты / Под ред. А. Г. Дружинина и В. Н. Стрелецкого; Южный федеральный университет. Издательство Южного федерального университета. Ростов-на-Дону, 2014. С. 99–101.
5. *Замятин Д.Н.* Феноменология географических образов // Философско-литературный журнал «Логос». 2000. URL: https://www.ruthenia.ru/logos/kofr/2000/2000_06.htm
6. *Замятин Д.Н., Замятина Н.Ю., Митин И.И.* Моделирование образов историко-культурной территории: методологические и теоретические выводы. М., 2008. 118 с.
7. *Замятина Н.Ю.* Имагинальная (образная) география // Гуманитарная география. Вып 4. М., 2007. 291 с.
8. *Родькин П.* Визуальная политика. Фирменный стиль России. М.: Совпадение, 2007. 160 с.
9. *Стась А.* Новая геральдика. Как страны, регионы и города создают и развивают свои бренды. М., Группа ИДТ, 2009. 206 с.

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
 Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru

Электронная библиотечная система Znanium www.znanium.com/
Научная электронная библиотека КиберЛенинка www.cyberleninka.ru

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Adobe Master Collection

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

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 SE; 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/ практических/ лабораторных занятий

Тема 1. Основы имагинальной географии. (6 часов)

Вопросы для обсуждения:

1. Появление имагинальной (образной) географии: причины и предпосылки, направления развития в России и за рубежом. Современные научные школы в имагинальной географии
2. Понятийный аппарат имагинальной географии: система ключевых понятий и их толкования
3. Методологический аппарат имагинальной географии. Особенности метода case study в образно-географических работах. Геокультурное картирование (картографирование), интерпретация и использование результатов
4. Основные направления (аспекты) и уровни использования географических образов и их специфика

Список литературы:

1. *Гладкий Ю.Н.* Гуманитарная география. Научная экспликация. СПб.: Филологический ф-т СПбГУ, 2010. 664 с.
2. *Замятин Д.Н.* Власть пространства и пространство власти. М.: РОССПЭН, 2004. 352 с.
3. *Замятин Д.Н.* Географические образы: что это такое? // География в школе. 2003. № 6. С. 21–28.
4. *Замятин Д.Н.* Геокультура: образ и его интерпретации // Вестник Евразии. 2002. № 2. С. 5–17. URL: <http://www.perspektivy.info/print.php?ID=35978>
5. *Замятин Д.Н.* Гуманитарная география: пространство, воображение и взаимодействие гуманитарных наук / // Феномен культуры в российской общественной географии: экспертные мнения, аналитика, концепты / Под ред. А. Г. Дружинина и В. Н. Стрелецкого; Южный федеральный университет. Издательство Южного федерального университета. Ростов-на-Дону, 2014. С. 99–101.
6. *Замятин Д.Н.* Культура и пространство. Моделирование географических образов. М.: Знак, 2013. 488 с.
7. *Замятин Д.Н.* Моделирование географических образов: Пространство гуманитарной географии. Смоленск: Ойкумена, 1999. 256 с.
8. *Замятин Д.Н.* Феноменология географических образов // Философско-литературный журнал «Логос». 2000. URL: https://www.ruthenia.ru/logos/kofr/2000/2000_06.htm

9. Рагулина М.В. Концепции культуры и культурный ландшафт // Теория и практика общественного развития. 2012. №7. С. 167–169. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsii-kultury-i-kulturnyy-landshaft>
10. Символическая политика: Сб. науч. тр. / Ред. кол.: Малинова О.Ю. (гл. ред.) и др. М.: ИНИОН, 2016. Вып. 4: Социальное конструирование пространства. 371 с. URL: http://inion.ru/site/assets/files/1560/2016_symbolic_politics_4.pdf

Тема 2. Теория территориального имиджмейкинга и геобрендинга. (10 часов)

Вопросы для обсуждения:

1. Теория геобрендинга. Модели и стратегии геобрендинга. География и брендинг территорий
2. Формирование наднациональных и национальных геобрендов и их продвижение
3. Формирование региональных геобрендов и их продвижение
4. Формирование городских геобрендов и их продвижение
5. Особенности использования геобрендов в политике
6. Бренд и имидж

Список литературы:

1. Блашенкова В.С. Бренд территории: создание и продвижение. Как это делается в России. Практическое руководство. М.: ОАО «Можайский полиграфический комбинат», 2011. 320 с.
2. Геобрендинг / Под ред. Т.Ю. Лебедевой. М.: L'Harmattan, IEERP, 2014. 248 с.
3. Горчакова В.Г. Прикладная имиджелогия. Ростов-на-Дону: Феникс, 2010. 478 с.
4. Динни К. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики. М., Издательство «Манн, Иванов и Фербер», 2013. 336 с.
5. Замятин Д.Н. Моделирование географических образов: Пространство гуманитарной географии. Смоленск: Ойкумена, 1999. 256 с.
6. Замятин Д.Н., Замятина Н.Ю., Митин И.И. Моделирование образов историко-культурной территории: методологические и теоретические выводы. М., 2008. 118 с.
7. Культура и пространство: историко-культурные бренды и образы территорий, регионов и мест / Под ред. В.К. Мальковой, акад. В.А. Тишкова. Ростов н/Д: Издательство ЮНЦ РАН, 2012. 312 с. URL: https://static.iea.ras.ru/books/Kultura_i_prostranstvo.pdf
8. Музыкант В.Л. Формирование бренда средствами рекламы и PR. М.: Экономистъ, 2004. 606 с.
9. Родькин П. Визуальная политика. Фирменный стиль России. М.: Совпадение, 2007. 160 с.
10. Символическая политика: Сб. науч. тр. / Ред. кол.: Малинова О.Ю. (гл. ред.) и др. М.: ИНИОН, 2016. Вып. 4: Социальное конструирование пространства. 371 с. URL: http://inion.ru/site/assets/files/1560/2016_symbolic_politics_4.pdf
11. Стась А. Новая геральдика. Как страны, регионы и города создают и развивают свои бренды. М., Группа ИДТ, 2009. 206 с.

Тема 3. Географические образы в политике стран Евразии. (10 часов)

Вопросы для обсуждения:

1. Воображая Евразию: Евразия как образ и геокультурное пространство в классическом евразийстве (первая половина XX в.)
2. Евразия как геобраз и геобренд в современной политике (национальное и наднациональное измерение)
3. Географические образы и региональная интеграция в начале XXI в.
4. Символическая политика стран Евразии с позиций имагинальной географии: - страны Балтии;

- страны Восточноевропейского региона постсоветского пространства;
- страны Закавказья;
- страны Центральной Азии и КНР.

Список литературы:

1. *Блашенко В.С.* Бренд территории: создание и продвижение. Как это делается в России. Практическое руководство. М.: ОАО «Можайский полиграфический комбинат», 2011. 320 с.
2. Геобрендинг / Под ред. Т.Ю. Лебедевой. М.: L'Harmattan, IEERP, 2014. 248 с.
3. *Гладкий Ю.Н.* Гуманитарная география. Научная экспликация. СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2010. 664 с.
4. *Горчакова В.Г.* Прикладная имиджелогия. Ростов-на-Дону: Феникс, 2010. 478 с.
5. *Замятин Д.Н.* Власть пространства и пространство власти. М.: РОССПЭН, 2004. 352 с.
6. Культура и пространство: историко-культурные бренды и образы территорий, регионов и мест / Под ред. В.К. Мальковой, акад. В.А. Тишкова. Ростов н/Д: Издательство ЮНЦ РАН, 2012. 312 с. URL: https://static.iea.ras.ru/books/Kultura_i_prostranstvo.pdf
7. *Родькин П.* Визуальная политика. Фирменный стиль России. М.: Совпадение, 2007. 160 с.
8. Символическая политика: Сб. науч. тр. / Ред. кол.: Малинова О.Ю. (гл. ред.) и др. М.: ИНИОН, 2016. Вып. 4: Социальное конструирование пространства. 371 с. URL: http://inion.ru/site/assets/files/1560/2016_symbolic_politics_4.pdf
9. *Стась А.* Новая геральдика. Как страны, регионы и города создают и развивают свои бренды. М., Группа ИДТ, 2009. 206 с.

9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Основной задачей преподавателя дисциплины «Имагинальная география» является такая организация учебного процесса, которая позволит студентам ознакомиться с основами науки о географических образах, их становлении/формировании и использовании в различных – политических, экономических, социокультурных, научных - целях. Особое значение преподаватель придает конвертации информации, полученной в ходе лекционных занятий, в систему знаний, позволяющую учащимся на профессиональном уровне ориентироваться в вопросах геобрендинга и имиджмейкинга территорий.

В рамках выполнения этих задач и в соответствии с рабочей программой дисциплины «Имагинальная география стран Евразии» предусмотрен один вид письменной работы – это доклад-сообщение.

Доклад-сообщение является малой формой выступления на семинарском занятии. Объем доклада-сообщения не должен превышать 7 минут. Нормативная структура доклада-сообщения следующая:

- обозначение темы доклада;
- краткий обзор использованных источников и литературы;
- презентация основной проблематики доклада;
- выводы.

Тема доклада-сообщения формулируется учащимися самостоятельно. Допускается только индивидуальная подготовка и презентация сообщения.

Доклад-сообщение заслушивается и обсуждается в начале семинарского занятия. Возможна его адаптация к семинару в форме деловой игры, диспута и т.п. Презентация доклада и его обсуждение поощряются баллами (от 1 до 10 баллов).

Подготовка докладов-сообщений позволяет закрепить у учащихся теоретические знания, получаемые во время лекционных занятий, а также подготовить учащихся к сбору и

первичному письменному обобщению необходимой информации, составлению научно-исследовательских проектов разного объема, грамотному изложению материала.

В процессе подготовки учащимися докладов преподаватель рекомендует учащимся учебные и методические пособия, статьи и монографии, в том числе на иностранных языках, консультирует их по вопросам работы в библиотеке, архиве, в сети Интернет, снабжает раздаточными материалами, предоставляет им сведения о полезных Интернет-ресурсах.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина реализуется на *факультете* Рекламы и связей с общественностью *кафедрой* стран постсоветского зарубежья.

Цель дисциплины: ознакомление учащихся с основами имагинальной (образной) географии как междисциплинарного научного направления в рамках гуманитарной географии, которое изучает особенности и закономерности формирования географических образов, их структуру, специфику моделирования, способы репрезентации и интерпретации на пространстве Евразии.

Задачи:

- ознакомление учащихся с историей и историко-культурным контекстом становления имагинальной географии, ее понятийным и методологическим аппаратом, формами взаимодействия со смежными научными направлениями (когнитивная география, мифогеография) и дисциплинами (культурология, культурная антропология, культурное ландшафтоведение, история, социология);

- формирование у учащихся представления о взаимосвязи и взаимодействии пространства, географической среды, общества и культуры и о формировании геокультуры и геобразов как результате такого взаимодействия;

- передача учащимся знаний об особенностях и закономерностях формирования географических образов, структуре географических образов, специфике их моделирования, способах и типах их репрезентации и интерпретации;

- передача учащимся знаний о процессе и результатах развития геокультуры и геокультурного пространства;

- выработка у учащихся понимания особенностей взаимодействия пространства и власти;

- формирование у учащихся представления о территориальном имиджмейкинге, брендинге, маркетинге и о ключевых направлениях и подходах геобрендинга.

Дисциплина (*модуль*) направлена на формирование следующих компетенций:

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-3 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-3.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	<i>Знать:</i> основы становления гуманитарно-географического образа и геокультуры территории, их взаимосвязь с имиджем и брендом территории и особенности этой взаимосвязи в России и на евразийском пространстве <i>Уметь:</i> определять стратегию формирования и продвижения конструктивного географического образа определенной территориальной единицы (региона, города и т.п.)
	ПК-3.2 Осуществляет тактическое планирование	<i>Знать:</i> основные (в т.ч. операциональные) понятия и этапы геокультурного брендинга

	мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	территорий, специфику его реализации на евразийском пространстве <i>Уметь:</i> разрабатывать концептуальную платформу территориального бренда, планировать деятельность группы, занятой геокультурным менеджментом и брендингом территорий, формулировать алгоритм реализации геобрендинга и определять критерии оценки конечного продукта
<i>ПК-5</i> Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	<i>ПК-5.1</i> При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	<i>Знать:</i> ключевые подходы к презентации бренда территории и возможности их применения на пространстве Евразии <i>Уметь:</i> планировать коммуникационную поддержку продвижения геобренда, осуществлять оценку результатов мероприятий по его продвижению

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме *зачета с оценкой*.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.