Вопросы для подготовки к экзамену по дисциплине «Геобрендинг»

1. Функции и задачи имиджа и бренда региона.
2. Брендинг туристских территорий: понятие и основные этапы
3. Правовые основы геобрендинга: актуальные федеральные и региональные программы.
4. Исторические предпосылки брендинга территории.
5. От имиджа к бренду территории: сущность и взаимосвязь понятий «имидж территории», «репутация территории», «бренд территории».
6. Субъекты брендинга территории, их цели и интересы. Вовлечение стейкхолдеров. Структура, модели, атрибуты имиджа и бренда региона.
7. Идентификация и оценка групп потребителей бренда территории.
8. Особенности восприятия и ассоциативность представления. Представления территории как сложно-ориентированного социального объекта.
9. Алгоритм построения имиджа территории.
10. Структура, модели, атрибуты имиджа территории.
11. Методы анализа факторов развития территории.
12. Технологии имиджирования: позиционирование, мифологизация, эмоционализация, вербализация, акцентирование.
13. Технологии имиджирования региона: визуализация имиджа (создание атрибутов) региона.
14. Организация специальных мероприятий для привлечения потока туристов.
15. Создание ценности бренда территории с точки зрения потребителя.
16. Организация специальных мероприятий в геобрендинге: цели, задачи, специфика.
17. Создание бренда территории: рекламные коммуникации. Эффективная реализация рекламной стратегии.
18. Создание бренда территории: связи с общественностью. Связи с общественностью в интегрированной программе бренд-коммуникаций.
19. Бренд города: понятие, структура и условия возникновения бренда города.
20. Технология позиционирования города: поиск городской идентичности и разработка концепции бренда.
21. Технология формирования имиджа бренда: выращивание бренда в городской среде (концепция Д. Визгалова).
22. Основные направления онлайн-брендинга: продвижение и коммуникация ценностей бренда, его идентичности; создание онлайн сообществ, связанных с брендом территории.
23. Геобрендиг в Интернете – специфика, инструменты и каналы.
24. Особенности современного брендинга территории.
25. Бренд-коммуникации: интегрированный подход к созданию бренда территории.
26. Процесс планирования коммуникационной кампании в Геобрендинге.
27. Методы продвижения имиджа региона: идентификационный брендинг, ко-брендинг, ребрендинг, демассификация бренда.
28. Глокализация как инструмент формирования узнаваемости и неповторимости региона.
29. Специфика измерения и управления репутацией стран.