**Вопросы к зачету:**

1. Маркетинговое управление территорией как особая область знания и практической деятельности;
2. Субъект и объект маркетингового управления территорией;
3. Основные этапы осуществления маркетингового управления территорией;
4. Эволюция концепции маркетингового управления территориями;
5. Особенности маркетингового управления территориями в России;
6. Особенности маркетингового управления территориями за рубежом;
7. Соотношение понятий: «мягкая сила», «публичная дипломатия», «национальный брендинг»;
8. Внутренние и внешние конкурентные преимущества территорий;
9. Ключевые компоненты маркетинговой стратегии места;
10. Классификация рисков в маркетинговом управлении территорией;
11. Структурные элементы геобренда;
12. Модель конкурентной идентичности С.Анхольта;
13. Позиционирование и дифференцирование территории;
14. Причины и основные этапы ребрендинга территорий;
15. Преимущества и недостатки основных каналов коммуникации в геобрендинге;
16. Особенности формирования инвестиционной привлекательности территорий;
17. Концепция креативного города Ч.Лэндри;
18. Примеры формирования геобрендов на основе культурных ценностей;
19. Проведение крупных спортивных мероприятий в контексте маркетинга территорий;
20. Специфика туристического имиджа России на современном этапе;
21. Особенности формирования бренда туристического направления;
22. Анализ коммуникационного проекта «Сделано в России»;
23. Методы оценки эффективности маркетингового управления территорией;
24. Особенности имиджевых и репутационных исследований в маркетинговом управлении территорией;
25. Позиции России в международных рейтингах государств.