

TARAS SHEVCHENKO NATIONAL UNIVERSITY OF KYIV  
FACULTY OF GEOGRAPHY  
REGIONAL STUDIES AND TOURISM DEPARTMENT



SYLLABUS

IMAGINARY GEOGRAPHY AND PLACE BRANDING  
(Імажинарна географія та брендинг місця)

For students

Field of knowledge	<b>10 Nature Science</b>
Subject field	<b>106 Geography</b>
Degree	<b>Master of Science</b>
Educational Programme	<b>Geoglobistics and Regional Studies</b>
Type of discipline:	<b>Mandatory component of ESP</b>
Type of enrolment	<b>Full time</b>
Academic year	<b>2020/2021</b>
Semester	<b>1</b>
ECST	<b>4</b>
Language of education training and assessment	<b>English/Ukrainian</b>
Form of accomplishment assessment	<b>Pass/Fail</b>

Lecturers and instructors:

**Malynovska Oksana, PhD, Associate Professor of Regional Studies and Tourism chair**

Prolonged: 20\_\_/20\_\_ academic year \_\_\_\_\_ (signature, initials, date) \_\_\_\_\_) «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_.

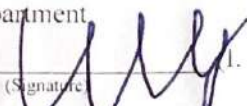
20\_\_/20\_\_ academic year \_\_\_\_\_ (signature, initials, date) \_\_\_\_\_) «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_.

Developed by:

*Malynovska Oksana, PhD, associate Professor at regional studies and tourism department;*

APPROVED

Acting Head of Regional Studies and Tourism Department

  
\_\_\_\_\_  
(Signature) I. G. Smyrnov)

Minutes № 3 from 29 September 2020

Approved by the Scientific and methodical commission of Geography Faculty

Minutes from « 9 » 10 2020 № 6

Head of scientific and methodical commission \_\_\_\_\_ (S. P. Zapototskyi)  
(Signature) (Full name)

« 9 » 10 2020

## INTRODUCTION

**1.** The **goal** of the discipline is to familiarize students with current theoretical concepts in imaginary geography as well as practical aspects of the investigation results in this field, especially those in place branding.

**2. Admission requirements (if any):**

1) Basic knowledge and skills of analysis, synthesis, situation modeling, forecasting, comparison and mapping.

2) Understanding basic principles of critical analysis in geography.

**3. Course summary:**

The course «*Imaginary geography and place branding*» is devoted to the interdisciplinary scientific direction within the framework of humanitarian geography (within its component part - cultural geography) - imaginary geography, which studies the peculiarities and patterns of social perception of space, the formation of images of a certain territory, as well as their structure and specificity of their modeling, organizations, ways of interpretation and representation. Particular attention is given to mental mapping as the main method of imaginary geography. **The course is taught in English.**

**4. Objectives** – to familiarize students with the main current theoretical concepts of imaginary geography and with the basic directions of researches in this field with emphasis on their practical application, especially in the place branding; to teach how to create and analyze mental maps as a graphic representation of a certain geographical image, as well as to represent the imagine space of verbal texts; to familiarize the students with factors that influence the formation of images and ideas about a certain place, on optimization of space and formation of human environment with emphasis on political and psychological phenomena in the mass consciousness and in international processes, marketing of territory, and branding and image development.

**5. Course learning results:**

Learning result (1. knowledge; 2. skills; 3. communication; 4. autonomy and responsibility)		Teaching forms	Methods of evaluation	Share of final grade
Code	Learning result			
1.1	Main theoretical concepts of imaginary geography	<i>Lecture / seminars</i>	<i>Mid-term control, seminar discussions, individual task</i>	5%
1.2.	Main works and concepts of leading researchers	<i>Lecture / seminars</i>		5%
1.3.	Method of image-geographical (mental) mapping	<i>Lecture / seminars</i>		5%
1.4.	The terminological apparatus at the level of understanding and free using.	<i>Lecture / seminars</i>		5%
1.5	Principles and methods of development and promotion of place brand	<i>Lecture / seminars</i>		5%
2.1	Ability to use methods of imaginary geography for solving professional	<i>Seminars</i>		10%

	problems			
2.2	Ability to use the basic tools of formation, promotion and control of the place brand, as well as to find correct and preventive measures for its improvement	<i>Seminars</i>	<i>Mid-term control, seminar discussions, individual task</i>	10%
2.3	Ability to suggest ways to troubleshoot place branding and evaluate expected results	<i>Seminars</i>		10%
3.1	Participation in discussions on specific branding issues, group search for solutions	<i>Lecture / seminars / work in small groups</i>	<i>Seminar discussions</i>	10%
3.2	Ability to suggest and justify own solutions to branding problems	<i>Lecture / seminars</i>		10%
3.3	Presentation of individual task results	<i>Seminars</i>	<i>Presentation</i>	10%
4.1	Logically formulate the results of the research and defend own point of view	<i>Seminars</i>	<i>Presentation seminar discussions, individual task, mid-term control</i>	15%
4.2	Demonstration an understanding of personal responsibility for providing guidance for problems resolving within own competencies	<i>Seminars discussion, work in small groups</i>		
4.3	Demonstration of understanding of personal responsibility for own professional and management decisions	<i>Seminars discussion, work in small groups</i>		
4.4	Developing partnerships and networking in within own professional activities	<i>Seminars discussion, work in small groups</i>		

**Note:** 1% = 1 балу

#### 6. Correlation of learning outcomes of the discipline with the programmed results of education and training (optional for non-specialty disciplines)

<b>Learning outcomes of the discipline (code)</b>	<b>1.1-1.5</b>	<b>4.1-4.4</b>
<b>programmed results of education and training</b>		
PLO4 To apply a wide range of concepts, theories, and methods of regional geography to solve professional problems of interdisciplinary nature for analyzing the diversity of socio-political, socio-ecological, economic, socio-cultural relations in countries and regions of the world accounting for a particular historical or modern context.	+	
PLO5 To apply theoretical, categorical-conceptual and analytical-research apparatus, the integrative function of geographical knowledge for analyzing the global socio-political, socio-ecological, socio-cultural, informational and technological transformations and features of their manifestation in countries and regions of the world accounting for a particular historical or modern context in solving professional problems.	+	
PLO7 To apply in practice knowledge of imaginary geography and branding of places and territories in a global, regional, and local	+	

context, taking into account the geographical and ethnographic and socio-political specifics.		
PLO17 To carry out effective interpersonal interactions and teamwork; to show respect and appreciation of diversity, multiculturalism, and gender equality; to communicate freely and present own ideas and research results to the general public, media, experts in other fields of knowledge, using in professional communications information and communication technologies, state and/or foreign (English) and/or other languages orally and in writing.		+

## 7. Evaluation scheme:

Students' progress evaluation is done via throughout-the-term evaluation and pass/fail examination. Throughout-the-term evaluation consists of the two mid-term control papers and seminar performance evaluation.

Proportion of learning results in evaluation is as follows:

- Learning results– 1.1 – 1.7 (knowledge) – up to 5% each;
- learning results – 2.1 – 2.5 (skills) – up to 30%;
- learning results – 3.1-3.2 (communication) – up to 30%;
- learning result – 4.1 (responsibility) – up to 15%.

### 7.1. Forms of evaluation:

#### - throughout-the term evaluation:

1. Mid-term control paper 1.
2. Mid-term control paper 2.
3. Scores for seminar presentations and discussion participation.

Two mid-term control papers allow students scoring up to 50% of the throughout-the-term points (25% for each control, which equals 15 points of the 100-point scale).

At seminars, students can score up to 50% of the throughout-the-term points (which equals 30 points of the 100-point scale). Seminar evaluation considers quality of seminar presentations as well as communication skills and ability to work with the original sources. Each student has to make at least three presentations throughout the term.

To be admitted for examination, students have to score at least 60% of the throughout-the-term points, which equals 36 points of the 100-point scale).

- **Final evaluation** takes place in the form of the pass/fail examination at the end of the term. The maximum score at the examination is 40 points.

### 7.2. Evaluation arrangement:

- 1) Mid-term control paper 1 –8<sup>th</sup> week
- 2) Mid-term control paper 2 –14<sup>th</sup> week
- 3) Seminar evaluation – weekly.

### Correspondence scale

In total, via throughout-the-term evaluation and at the examination, students can score up to 100 points. (60 points throughout the term and 40 points at the examination). The minimum score to complete the course successfully is 60 points:

Passed	60-100
Failed	0-59

## COURSE STRUCTURE SYLLABUS

#	Topic	Hours		
		Lectures	Seminars	Unsupervised work
<b><i>Part 1. Theoretical concepts of imaginary geography</i></b>				
1	<b>Topic 1.</b> Imaginary geography: subject-object nature, directions and methods of researches	2		10
2	<b>Topic 2.</b> Basic definitions of imaginary geography	2	2	15
3	<b>Topic 3.</b> Theoretical concepts of imaginary geography	2	2	20
4	<b>Topic 4.</b> Mental mapping	2	2	20
5	<i>Mid-term control 1</i>		1	
<b><i>Part 2. Place branding</i></b>				
6	<b>Topic 5.</b> Images of territories	2	2	15
7	<b>Topic 6.</b> Place branding (theory)	2	2	15
8	<b>Topic 6.</b> Place branding (formation)	2	2	18
9	<b>Topic 8.</b> Place branding (promotion)	2	2	15
10	<b>Topic 9.</b> Place branding and storytelling	2		10
11	<i>Mid-term control 2</i>		1	
	<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>84</b>

**Total time** 55 hours, including:

Lectures – 18

Seminars – 18

*Individual work* - 84

## Recommended literature:

### *Core:*

1. Bulson E., 2007. *Novels, Maps, Modernity. The Spatial Imagination 1850-2000* (New York. London: Routledge).
2. Downs, Roger M., and David Stea, eds. *Image and Environment: Cognitive Mapping and Spatial Behavior*. Chicago: Aldine, 1973.
3. Durand, G. 1986, *Wyobraźnia symboliczna*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa Lacan, 1990, 'Imaginary Fusion', in *Gender, Identity and Production of Meaning*, Westview Press, Inc., 221 p.
4. Stea, D. *Environment perception and cognition toward a model for mental maps*, Student Publication of the North Carolina State University School of Design, 1969. Vol. 18.
5. Stea, D. *The measurement of mental maps: An experimental model for studying conceptual spaces*, *Studies in Geography №17: Behavioral Problems in Geography: A Symposium*, North-western University, 1969.
6. Андерсон Б. *Воображаемые сообщества* [Электронный ресурс] / Бенедикт Андерсон. – Режим доступа: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Sociolog/anders/index.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/anders/index.php)
7. Башляр Г. *Избранное: Поэтика пространства*/ Г. Башляр; пер. с франц. – М. : «Российская политическая энциклопедия» ОССПЭН), 2004. – 376 с. (Серия«Книга света»).
8. Замятин Д.Н. *Культура и пространство: Моделирование географических образов*. – М.: Знак, 2006.- 488 с.
9. Саїд Едвард В. *Орієнталізм*. К. 2001.

### *Additional:*

10. Axel B.K., 2002. "The Diasporic Imaginary". *Public Culture*. 14(2) 411-428.
11. Bhabha H., 2004. *The Location of Culture* (London; New York: Routledge)
12. Chakrabarty D., 2000. *Provincializing Europe* (Princeton: Princeton University Press).
13. Cheah P., 2003. *Spectral Nationality* (New York: Columbia University Press).
14. Daiya K., 2002. "Honourable Resolutions": Gendered Violence, Ethnicity, and the Nation, *Alternatives. Global, Local, Political*, Vol. 27.

15. Emerson, V. A review of geographic and psychological research into the structure of environmental images. University of Minnesota, unpublished, 1969.
16. Encyclopedia of Human Geography /editor, Barney Warf, Florida State University. Sage Publications, 2006, 616 p.
17. Evans, Gary W. "Environmental Cognition." *Psychological Bulletin* 88.2 (1980): 259–287.
18. Jerome D. Fellmann, Arthur Getis, Judith Getis. Human Geography: Landscapes of Human Activities 8-th ed.
19. Gärling, Tommy, and Reginald G. Golledge, eds. *Behavior and Environment: Psychological and Geographical Approaches*. Amsterdam: North-Holland, 1993.
20. Gould, P. Structuring information on spacio-temporal preferences, *Regional Science*. Vol. 7, No2 (supplement), 1967.
21. Golledge, Reginald G., and Robert J. Stimson. *Spatial Behavior: A Geographic Perspective*. New York: Guilford, 1997.
22. Gould, P., White, R. *Mental Maps*. Baltimore: Penguin Books, 1974.
23. Griffin, D. Topographical orientation. *Foundations of Psychology*. New York: J. Wiley, 1948.
24. Jakle, John A., Stanley Brunn, and Curtis C. Roseman. *Human Spatial Behavior: A Social Geography*. Prospect Heights, IL: Waveland, 1985.
25. Hall, P. *The World Cities*. McGraw-Hill, New York, 1966.
26. Hubbard Phil, Bartley Brendan, Fuller Duncan, Kitchin Rob. *Thinking Geographically: Space, Theory and Contemporary Human Geography*.
27. *International Encyclopedia of Human Geography* / editor-in-chief Rob Kitchin, Nigel Thrift. Elsevier, 2009, 12 volumes. 6.
28. Kitchin Rob, Blades Mark. *The Cognition of Geographic Space*.
29. Lynch, K. *The Image of the City*. Cambridge, Mass.: MIT and Harvard University Press, 1960.
30. Magnusson W., 2000. "Hyperspace: A political ontology of the global city", in R.V.Ericson & N.Stehr, eds. *Governing modern societies*. (Toronto: University of Toronto Press): 80–104.
31. Mamdani M. 2002. "Good Muslim, Bad Muslim: A Political Perspective on Culture and Terrorism", *American Anthropologist*, 104(3): 766-775.
32. Massey D., 2005. *For space* (London; Thousand Oaks, California: SAGE).
33. Mayer J., 2009. *The Dark Side*. The inside story of how the war on terror turned into a war on American ideals (New York: Anchor Books).
34. Mbembe A, Nuttall S., 2004 "Writing the World from an African Metropolis", *Public Culture* 16(3): 347-372.
35. Montello Daniel R. *Handbook of Behavioral and Cognitive Geography*.
36. Neal A., 2008, "Goodbye War on Terror" in *Foucault on Politics, Security and War* Eds Dillon M, Neal AW (Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan).



37. Norton, William. Cultural Geography: environments, landscapes, identities, inequalities. - 2<sup>nd</sup> ed. Oxford University Press, 2006, 455 p.
38. Park, R. E., Burgess, E. W., McKenzie, R.D. The City. Univ. of Chicago Press, Chicago, 1967, pp. 1-45
39. Redfield M., 1999. "Imagi-Nation: The Imagined Community and the Aesthetics of Mourning" .Diacritics 29(4) 58-83.
40. Rentfrow Peter J., 2014. Geographical psychology: exploring the interaction of environment and behavior. Washington, DC : American Psychological Association.
41. Shapiro M.J., 2010. The Time of the City: Politics, Philosophy and Genre (New York; London, Routledge) Forthcoming.
42. Shohat Ella, 2002 "Area Studies, Gender Studies and the Cartographies of Knowledge", Social Text 72, 20(3): 67-78.
43. Strauss, A. L. (ed.) The American City: A Source-book of Urban Imagery, Aldine, Chicago, 1968.
44. Trowbridge, C. C. On fundamental methods of orientation and imaginary maps, Science, Vol 38, 1913.
45. Walker R.B.J., 1993. Inside/Outside. International Relations as Political Theory (Cambridge: Cambridge University Press).
46. Walmsley, D. J., and G. J. Lewis. *People and Environment: Behavioural Approaches in Human Geography*. 2d ed. New York: Wiley, 1993.
47. Williams R., 1985. The Country and the City (London: The Hogarth Press) 19.
48. Young R., 2004 White Mythologies: writing history and the West (Oxon; New York: Routledge).
49. Бородина Ю. А. Эвристическая ценность продуктивного воображения/ Ю. А. Бородина// Материалы II межвузовской научной конференции Центра онтологического исследования воображения. – СПб. : Санкт-Петербургское философское общество, – 2002. – С. 112–125.
50. Каган М. С. Воображение как онтологическая категория / М.С. Каган// Виртуальное пространство культуры. – СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, – 2000. – С. 71–74.
51. Касториадис К. Воображаемое установление общества / Карнелиус Касториадис. – М.: Гнозис, Логос, 2003. – 480 с.
52. Ле Гофф Ж. Средневековый мир воображаемого / Жак ле Гофф. – М.: Прогресс, 2001. – 440 с.
53. Лозинський Р. Від традиційної до нової культурної географії: історія появи географії як гуманітарної науки // Географія і сучасність. Зб. наукових праць Національного педагогічного університету ім. М.П.Драгоманова. – Київ, 2011. – С. 59-67.
54. Миллс Ч.Р. Социологическое воображение / Чарльз Райт Миллс М.: Издательский Дом NOTA VENE, 2001. – 350 с
55. Морен Є. Эстетическое воображаемое и партиципации [Електронний ресурс] / Э. Морен// Психология. – Режим доступа: <http://psy-web.ru/2010/01/14/moren-e-esteticheskoe-voobrazhaemoe-i-participacii/>

56. Романенко Ю.М. Реальность мифа / Ю.М. Романенко// Метафизические исследования. Выпуск3. История. Альманах Лаборатории Метафизических Исследований при философском факультете СПбГУ. – СПб.: Изд-во«Алетейя», – 1997. – С. 355–358.

57. Сорока Ю. Г. Видеть, мыслить, различать: социокультурная теория восприятия / Сорока Ю. Г. – Х. : ХНУ ім.. В. Н. Каразіна, 2010. – 336 с.

58. Трубина Е. Джунгли, базар, организм и машина: классические метафоры города и российская современность [Электронный ресурс] / Неприкосновенный запас. – 2 (70). – 2010. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nz/2010/2/>

59. Фадеева, И.Е. Метасимволика культурных пространств: локальный текст в измерении цивилизационной семиотики / М.С. Каган // Человек. Культура. Образование. Научно-образовательный и методический журнал. – №4(6), 2012. – С.73-89.

60. <http://inspired.com.ua/other/ukraine-maps/> - карти асоціацій щодо України

## ВСТУП

**1. Мета дисципліни** - ознайомити студентів із сучасними теоретичними поняттями імажинарної географії, а також практичними аспектами результатів досліджень в цій галузі, особливо тими, що мають відношення до брендингу місця.

**2. Попередні вимоги до опанування або вибору навчальної дисципліни (за наявності):**

1) Базові знання та навички аналізу, синтезу, моделювання ситуації, прогнозування, порівняння та картографування.

2) Розуміння основних принципів критичного аналізу в географії.

**3. Анотація навчальної дисципліни:**

Курс «Імажинарна географія та брендинг місця» присвячений міждисциплінарному науковому напрямку в рамках гуманітарної географії (в її складовій частині - культурної географії) - імажинарної географії, яка вивчає особливості та закономірності соціального сприйняття простору, формування образів певної території, а також їх структури та специфіки. **Викладається англійською мовою.**

**4. Завдання (навчальні цілі):** - ознайомити студентів з основними сучасними теоретичними концепціями імажинарної географії та основними напрямками досліджень у цій галузі з акцентом на їх практичному застосуванні, особливо стосовно брендингу місця; навчити створювати та аналізувати ментальні карти як графічне зображення певного географічного образу, а також представляти уявний простір словесних текстів; ознайомити студентів з факторами, що впливають на формування образів та уявлень про певне місце, на оптимізацію простору та формування людського середовища з акцентом на політичні та психологічні явища в масовій свідомості та в міжнародних процесах, маркетингу території та брендингу й розвитку іміджа.

**5. Результати навчання за дисципліною:**

Результати навчання (1. знання; 2. навички; 3. комунікація; 4. Автономність й відповідальність)		Форми (та/або методи і технології) викладання й навчання	Методи оцінювання та пороговий критерій оцінювання (за необхідності)	Відсоток у підсумкові й оцінці з дисципліни
Код	Результат навчання			
1.1	Основні теоретичні концепції імажинарної географії	<i>Лекція/семінари</i>	<i>Проміжний контроль, семінарські дискусії, індивідуальне завдання</i>	5%
1.2.	Основні праці та концепції провідних дослідників	<i>Лекція/семінари</i>		5%
1.3.	Метод іміджево-географічного (ментального) картографування	<i>Лекція/семінари</i>		5%
1.4.	Термінологічний апарат на рівні розуміння та вільного користування.	<i>Лекція/семінари</i>		5%
1.5	Принципи та методи розробки та просування бренду місця	<i>Лекція/семінари</i>		5%
2.1	Вміння використовувати методи уявної географії для вирішення професійних задач	<i>Семінари</i>	<i>Проміжний контроль, семінарські</i>	10%
2.2	Вміння користуватися основними інструментами формування, просування та контролю торгової маркибренду місця, а також знаходити	<i>Семінари</i>		10%

	правильні та профілактичні заходи щодо її вдосконалення		дискусії, індивідуальне завдання	
2.3	Здатність запропонувати способи усунення проблем з брендом місця та оцінити очікувані результати	Семінари		10%
3.1	Участь в дискусіях з конкретних питань брендингу, груповий пошук рішень	Лекція/семінари / робота у малих групах	Семінарські дискусії	10%
3.2	Можливість пропонувати та обґрунтовувати власні рішення проблем брендингу	Лекція/семінари		10%
3.3	Презентація результатів індивідуального завдання	Семінари	Презентація	10%
4.1	Логічне сформулювання результатів дослідження та відстоювання власної точки зору	Семінари	Презентація, семінарські дискусії, індивідуальне завдання, проміжний контроль	15%
4.2	Демонстрація розуміння особистої відповідальності за надання вказівок щодо вирішення проблем у межах власної компетенції	Семінарські дискусії, робота у малих групах		
4.3	Демонстрація розуміння особистої відповідальності за власні професійні та управлінські рішення	Seminars discussion, work in small groups		
4.4	Розвиток партнерських відносин та створення мереж у межах власної професійної діяльності	Seminars discussion, work in small groups		

Примітка: 1% = 1 балу

#### 6. Співвідношення результатів навчання з дисципліни із програмними результатами навчання

Результати навчання за дисципліною (код)	1.1-1.5	4.1-4.4
Програмні результати навчання (назва)		
ПРН 4 Застосовувати у вирішенні професійних завдань міждисциплінарного характеру широкий спектр понять, теорій і методів географічного країнознавства до аналізу різноманітності суспільно-політичних, соціо-екологічних, економічних, соціально-культурних відношень у країнах та регіонах світу відповідно до певного історичного або сучасного контексту.	+	
ПРН5 Застосовувати у вирішенні професійних завдань теоретичний, категорійно-понятєвий та аналітико-дослідницький апарат, інтегративну функцію географічного знання до аналізу глобальних суспільно-політичних, соціо-екологічних, соціо-культурних, інформаційно-технологічних трансформацій та особливостей їх прояву у країнах та регіонах світу відповідно до певного історичного або сучасного контексту.	+	
ПРН7 Застосовувати у практичній діяльності знання з імажинарної географії та брендингу місць та територій у	+	

глобальному, регіональному та місцевому контексті, з урахуванням географо-країнознавчої та суспільно-політичної специфіки.		
ПРН17 Здійснювати ефективні міжособистісні взаємодії та командну роботу; виявляти повагу та цінування різноманітності, мультикультурності та гендерної рівності, вільно спілкуватися та презентувати свої ідеї та результати досліджень широкій аудиторії, засобам масової інформації, експертам з інших галузей знань, застосовуючи у професійних комунікаціях інформаційно-комунікаційні технології, державну та іноземну (англійську) та/або інші мови усно й письмово.		+

## 8. Схема формування оцінки:

Оцінка успішності студентів проводиться шляхом семестрового оцінювання та заліку. Протягом семестру оцінки складаються з двох проміжних контрольних робіт та оцінки результатів роботи на семінарах.

Питома вага результатів навчання у підсумковій оцінці за умови її опанування на належному рівні становить:

- Результати навчання – 1.1 – 1.7 (знання) – до 5% за кожен;
- Результати навчання – 2.1 – 2.5 (навички) – до 30%;
- Результати навчання – 3.1-3.2 (комунікація) – до 30%;
- Результати навчання – 4.1 (відповідальність) – до 15%.

### 8.1. Форми оцінювання студентів:

#### - семестрове оцінювання:

1. Проміжна контрольна робота 1.
2. Проміжна контрольна робота 2.
3. Бали за виступи й участь у дискусіях на семінарських заняттях.

Два проміжні контрольні роботи дозволяють студенту набрати до 50% балів протягом усього курсу (25% для кожного контролю, що дорівнює 15 балам за 100-бальною шкалою).

На семінарах студенти можуть набрати до 50% загальних балів (що дорівнює 30 балам за 100-бальною шкалою). Оцінка семінару враховує якість презентацій семінару, а також комунікативні навички та вміння працювати з першоджерелами. Кожен студент повинен зробити принаймні три презентації протягом усього терміну.

Щоб бути допущеними до заліку, студент повинен набрати принаймні 60% балів протягом усього семестру, щомінімально дорівнює 36 балам за 100-бальною шкалою).

- **підсумкове оцінювання** відбувається у формі заліку наприкінці семестру. Максимальний бал за залік становить 40 балів.

### 8.2. Організація оцінювання:

- 4) Проміжна контрольна робота 1 – 8-й тиждень;
- 5) Проміжна контрольна робота 2 – 14-й тиждень;
- 6) Оцінювання на семінарських заняттях - щотижня.

### Шкала відповідності

Іза підсумками семестрової роботи та заліку студент може отримати максимум 100 балів (60 впродовж семестру та 40 на заліку). Умовою успішного завершення курсу є порогове значення у 60 балів. In total, via throughout-the-term evaluation and at the examination, students can score up to 100

Зараховано/Passed	60-100
Не зараховано/Failed	0-59

## 9. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ЗАНЯТЬ

№ п/п	Тема	Кількість годин		
		Лекції	Семінари	Самостійна робота
<b>Part 1. Теоретичні концепти імажинарної географії</b>				
1	<b>Торіс 1.</b> Імажинарна географія: об'єкт-предметна сутність, напрями й методи досліджень	2		10
2	<b>Торіс 2.</b> Основні поняття імажинарної географії	2	2	15
3	<b>Торіс 3.</b> Теоретичні концепти імажинарної географії	2	2	20
4	<b>Торіс 4.</b> Ментальні карти	2	2	20
5	<i>Проміжний контроль 1</i>		1	
<b>Part 2. Place branding</b>				
6	<b>Торіс 5.</b> Образи території	2	2	15
7	<b>Торіс 6.</b> Брендінг місця (теорія)	2	2	15
8	<b>Торіс 6.</b> Брендінг місця (формування)	2	2	18
9	<b>Торіс 8.</b> Брендінг місця (промоція)	2	2	15
10	<b>Торіс 9.</b> Брендінг місця й сторітеллінг	2		10
11	<i>Проміжний контроль 2</i>		1	
	<b>РАЗОМ</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>84</b>

**Всього 120 годин, у т.ч:**

Лекції – 18

Семінари – 18

Самостійна робота - 84

## Рекомендована література:

### *Основна:*

61. Bulson E., 2007. *Novels, Maps, Modernity. The Spatial Imagination 1850-2000* (New York. London: Routledge).
62. Downs, Roger M., and David Stea, eds. *Image and Environment: Cognitive Mapping and Spatial Behavior*. Chicago: Aldine, 1973.
63. Durand, G. 1986, *Wyobraźnia symboliczna*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa Lacan, 1990, 'Imaginary Fusion', in *Gender, Identity and Production of Meaning*, Westview Press, Inc., 221 p.
64. Stea, D. *Environment perception and cognition toward a model for mental maps*, Student Publication of the North Carolina State University School of Design, 1969. Vol. 18.
65. Stea, D. *The measurement of mental maps: An experimental model for studying conceptual spaces*, *Studies in Geography №17: Behavioral Problems in Geography: A Symposium*, North-western University, 1969.
66. Андерсон Б. *Воображаемые сообщества* [Электронный ресурс] / Бенедикт Андерсон. – Режим доступа: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Sociolog/anders/index.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/anders/index.php)
67. Башляр Г. *Избранное: Поэтика пространства*/ Г. Башляр; пер. с франц. – М. : «Российская политическая энциклопедия» ОССПЭН), 2004. – 376 с. (Серия«Книга света»).
68. Замятин Д.Н. *Культура и пространство: Моделирование географических образов*. – М.: Знак, 2006.- 488 с.
69. Саїд Едвард В. *Орієнталізм*. К. 2001.

### *Додаткова:*

70. Axel B.K., 2002. "The Diasporic Imaginary". *Public Culture*. 14(2) 411-428.
71. Bhabha H., 2004. *The Location of Culture* (London; New York: Routledge)
72. Chakrabarty D., 2000. *Provincializing Europe* (Princeton: Princeton University Press).
73. Cheah P., 2003. *Spectral Nationality* (New York: Columbia University Press).
74. Daiya K., 2002. "Honourable Resolutions": Gendered Violence, Ethnicity, and the Nation, *Alternatives. Global, Local, Political*, Vol. 27.

75. Emerson, V. A review of geographic and psychological research into the structure of environmental images. University of Minnesota, unpublished, 1969.
76. Encyclopedia of Human Geography /editor, Barney Warf, Florida State University. Sage Publications, 2006, 616 p.
77. Evans, Gary W. "Environmental Cognition." *Psychological Bulletin* 88.2 (1980): 259–287.
78. Jerome D. Fellmann, Arthur Getis, Judith Getis. Human Geography: Landscapes of Human Activities 8-th ed.
79. Gärling, Tommy, and Reginald G. Golledge, eds. *Behavior and Environment: Psychological and Geographical Approaches*. Amsterdam: North-Holland, 1993.
80. Gould, P. Structuring information on spacio-temporal preferences, *Regional Science*. Vol. 7, No2 (supplement), 1967.
81. Golledge, Reginald G., and Robert J. Stimson. *Spatial Behavior: A Geographic Perspective*. New York: Guilford, 1997.
82. Gould, P., White, R. *Mental Maps*. Baltimore: Penguin Books, 1974.
83. Griffin, D. Topographical orientation. *Foundations of Psychology*. New York: J. Wiley, 1948.
84. Jakle, John A., Stanley Brunn, and Curtis C. Roseman. *Human Spatial Behavior: A Social Geography*. Prospect Heights, IL: Waveland, 1985.
85. Hall, P. *The World Cities*. McGraw-Hill, New York, 1966.
86. Hubbard Phil, Bartley Brendan, Fuller Duncan, Kitchin Rob. *Thinking Geographically: Space, Theory and Contemporary Human Geography*.
87. *International Encyclopedia of Human Geography* / editor-in-chief Rob Kitchin, Nigel Thrift. Elsevier, 2009, 12 volumes. 6.
88. Kitchin Rob, Blades Mark. *The Cognition of Geographic Space*.
89. Lynch, K. *The Image of the City*. Cambridge, Mass.: MIT and Harvard University Press, 1960.
90. Magnusson W., 2000. "Hyperspace: A political ontology of the global city", in R.V.Ericson & N.Stehr, eds. *Governing modern societies*. (Toronto: University of Toronto Press): 80–104.
91. Mamdani M. 2002. "Good Muslim, Bad Muslim: A Political Perspective on Culture and Terrorism", *American Anthropologist*, 104(3): 766-775.
92. Massey D., 2005. *For space* (London; Thousand Oaks, California: SAGE).
93. Mayer J., 2009. *The Dark Side*. The inside story of how the war on terror turned into a war on American ideals (New York: Anchor Books).
94. Mbembe A, Nuttall S., 2004 "Writing the World from an African Metropolis", *Public Culture* 16(3): 347-372.
95. Montello Daniel R. *Handbook of Behavioral and Cognitive Geography*.
96. Neal A., 2008, "Goodbye War on Terror" in *Foucault on Politics, Security and War* Eds Dillon M, Neal AW (Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan).



97. Norton, William. *Cultural Geography: environments, landscapes, identities, inequalities*. - 2<sup>nd</sup> ed. Oxford University Press, 2006, 455 p.
98. Park, R. E., Burgess, E. W., McKenzie, R.D. *The City*. Univ. of Chicago Press, Chicago, 1967, pp. 1-45
99. Redfield M., 1999. "Imagi-Nation: The Imagined Community and the Aesthetics of Mourning" *Diacritics* 29(4) 58-83.
100. Rentfrow Peter J., 2014. *Geographical psychology: exploring the interaction of environment and behavior*. Washington, DC : American Psychological Association.
101. Shapiro M.J., 2010. *The Time of the City: Politics, Philosophy and Genre* (New York; London, Routledge) Forthcoming.
102. Shohat Ella, 2002 "Area Studies, Gender Studies and the Cartographies of Knowledge", *Social Text* 72, 20(3): 67-78.
103. Strauss, A. L. (ed.) *The American City: A Source-book of Urban Imagery*, Aldine, Chicago, 1968.
104. Trowbridge, C. C. *On fundamental methods of orientation and imaginary maps*, Science, Vol 38, 1913.
105. Walker R.B.J., 1993. *Inside/Outside. International Relations as Political Theory* (Cambridge: Cambridge University Press).
106. Walmsley, D. J., and G. J. Lewis. *People and Environment: Behavioural Approaches in Human Geography*. 2d ed. New York: Wiley, 1993.
107. Williams R., 1985. *The Country and the City* (London: The Hogarth Press) 19.
108. Young R., 2004 *White Mythologies: writing history and the West* (Oxon; New York: Routledge).
109. Бородина Ю. А. Эвристическая ценность продуктивного воображения/ Ю. А. Бородина// Материалы II межвузовской научной конференции Центра онтологического исследования воображения. – СПб. : Санкт-Петербургское философское общество, – 2002. – С. 112–125.
110. Каган М. С. Воображение как онтологическая категория / М.С. Каган// *Виртуальное пространство культуры*. – СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, – 2000. – С. 71–74.
111. Касториadis К. Воображаемое установление общества / Карнелиус Касториadis. – М.: Гнозис, Логос, 2003. – 480 с.
112. Ле Гофф Ж. Средневековый мир воображаемого / Жак ле Гофф. – М.: Прогресс, 2001. – 440 с.
113. Лозинський Р. Від традиційної до нової культурної географії: історія появи географії як гуманітарної науки // *Географія і сучасність*. Зб. наукових праць Національного педагогічного університету ім. М.П.Драгоманова. – Київ, 2011. – С. 59-67.
114. Миллс Ч.Р. Социологическое воображение / Чарльз Райт Миллс М.: Издательский Дом NOTA BENE, 2001. – 350 с
115. Морен Є. Эстетическое воображаемое и партиципации [Електронний ресурс] / Э. Морен// *Психология*. – Режим доступа: <http://psy-web.ru/2010/01/14/moren-e-esteticheskoe-voobrazhaemoe-i-participacii/>

116. Романенко Ю.М. Реальность мифа / Ю.М. Романенко// Метафизические исследования. Выпуск3. История. Альманах Лаборатории Метафизических Исследований при философском факультете СПбГУ. – СПб.: Изд-во«Алетейя», – 1997. – С. 355–358.

117. Сорока Ю. Г. Видеть, мыслить, различать: социокультурная теория восприятия / Сорока Ю. Г. – Х. : ХНУ ім.. В. Н. Каразіна, 2010. – 336 с.

118. Трубина Е. Джунгли, базар, организм и машина: классические метафоры города и российская современность [Электронный ресурс] / Неприкосновенный запас. – 2 (70). – 2010. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nz/2010/2/>

119. Фадеева, И.Е. Метасимволика культурных пространств: локальный текст в измерении цивилизационной семиотики / М.С. Каган // Человек. Культура. Образование. Научно-образовательный и методический журнал. – №4(6), 2012. – С.73-89.

120. <http://inspired.com.ua/other/ukraine-maps/> - карти асоціацій щодо України