

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ**  
**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»**  
**(РУТ (МИИТ))**



Рабочая программа дисциплины (модуля),  
как компонент образовательной программы  
высшего образования - программы бакалавриата  
по направлению подготовки  
38.03.04 Государственное и муниципальное  
управление,  
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)  
Тимониным В.С.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Брендинг территорий**

Направление подготовки: 38.03.04 Государственное и муниципальное  
управление

Направленность (профиль): Государственная политика и управление в  
транспортной отрасли

Форма обучения: Очная

Рабочая программа дисциплины (модуля) в виде  
электронного документа выгружена из единой  
корпоративной информационной системы управления  
университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)  
ID подписи: 3068  
Подписал: заведующий кафедрой Ступникова Елена  
Анатольевна  
Дата: 01.06.2022

## 1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целью освоения учебной дисциплины является формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в области брендинга территорий, умения применять инструменты брендинга территорий, владения методами прогнозирования развития социально-экономических и организационных процессов в регионах РФ.

Задачами освоения дисциплины является формирование у обучающихся теоретических знаний в области брендинга территорий, освещение вопросов применения инструментов брендинга территорий, а также методов экономической оценки мероприятий, направленных на развитие территорий.

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

Перечень формируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) в результате обучения по дисциплине (модулю):

**ПК-2** - Способен предлагать варианты решений, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения, а также нести за них социальную ответственность;

**ПК-4** - Способен осуществлять поиск актуальной информации в электронно-информационной среде;

**ПК-6** - Способен участвовать в разработке стратегии развития транспортной отрасли, планировать и обосновывать мероприятия, направленные на ее реализацию.

Обучение по дисциплине (модулю) предполагает, что по его результатам обучающийся будет:

### **Знать:**

- принципы целеполагания, сущность и виды проектов;
- виды рисков и методы их снижения при разработке и реализации проектов;
- методологию управления государственным и муниципальным имуществом;
- законодательство, регулирующее данную деятельность.

### **Уметь:**

- определять характеристики результатов, рисков, эффективного управления ресурсами в ходе реализации проектов;
- анализировать проекты с целью управления.

### **Владеть:**

- навыками определения и формулировки целей проектов;
- приемами анализа и оценки рисков проектов и выполнения соответствующих расчетов;
- навыками подготовки предложений по реализации инвестиционных проектов с государственным финансированием.

### 3. Объем дисциплины (модуля).

#### 3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 з.е. (144 академических часа(ов)).

3.2. Объем дисциплины (модуля) в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Тип учебных занятий	Количество часов	
	Всего	Семестр №5
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	64	64
В том числе:		
Занятия лекционного типа	32	32
Занятия семинарского типа	32	32

3.3. Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации составляет 80 академических часа (ов).

3.4. При обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении, объем дисциплины (модуля) может быть реализован полностью в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации.

### 4. Содержание дисциплины (модуля).

#### 4.1. Занятия лекционного типа.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
1	<p>Основы брендинга территорий. Вводная лекция.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- предмет и объект исследования брендинга территорий;</li> <li>- развитие теории брендинга территорий.</li> </ul>
2	<p>Сущность и разновидности брендинга территорий.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разновидности территориального маркетинга;</li> <li>- субъекты брендинга территорий;</li> <li>- цели и интересы субъектов.</li> </ul>
3	<p>Значение брендинга территорий.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- практическое значение брендинга территорий;</li> <li>- условия, принципы и факторы брендинга территорий.</li> </ul>
4	<p>Инструменты брендинга территорий.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- инструменты маркетингового анализа территорий;</li> <li>- позиционирование территорий;</li> <li>- разработка бренда территорий.</li> </ul>
5	<p>Стратегии брендинга территорий.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- стратегии продвижения территории;</li> <li>- развитие территорий.</li> </ul>
6	<p>Потребительская ценность территорий.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составляющие бренда;</li> <li>- формальное и эмоциональное восприятие бренда.</li> </ul>
7	<p>Брендинг территорий.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- национальный брендинг;</li> <li>- региональный брендинг;</li> <li>- городской брендинг.</li> </ul>
8	<p>Особенности размещения территориального продукта.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- территориальный продукт;</li> <li>- размещение, распределение территориального продукта;</li> <li>- потребительская ценность территории: для жителей, туристов, инвесторов и т.д.</li> </ul>
9	<p>Природные условия и ресурсы.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- природные условия;</li> <li>- территориальные ресурсы;</li> <li>- районирование.</li> </ul>
10	<p>Территориальные особенности субъектов РФ.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- география РФ;</li> <li>- особенности транспортных связей;</li> <li>- особенности субъектов РФ.</li> </ul>
11	<p>Закономерности в размещении экономических, социальных и природных объектов, территориальной организации хозяйства.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p>

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	- особенности размещения производительных сил; - территориальная организация хозяйства; - закономерности в размещении объектов.
12	Размещение производственных сил. Рассматриваемые вопросы: - принципы размещения производительных сил; - факторы размещения; - затраты на размещение производительных сил.
13	Анализ показателей размещения производства на территорию. Рассматриваемые вопросы: - обобщенные показатели экономической эффективности размещения производства; - показатели социально-экономического развития регионов.
14	Анализ экономической эффективности размещения производственных сил. Рассматриваемые вопросы: - показатели экономической эффективности; - дисконтирование денежных потоков.
15	Социально-экономический аспект брендинга территорий. Рассматриваемые вопросы: - социальные показатели; - связь социальных и экономических аспектов брендинга территорий.
16	Брендинг и продвижение территорий в РФ. Рассматриваемые вопросы: - брендинг субъектов РФ; - продвижение территорий в РФ.

#### 4.2. Занятия семинарского типа.

##### Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	Основы брендинга территорий. В результате практического занятия студенты знакомятся с понятием «брендинг территорий», предметом и объектом исследования брендинга территорий. Знакомятся на практике с брендингом территорий.
2	Разновидности брендинга территорий. В результате практического занятия студенты изучают разновидности брендинга территорий, знакомятся со стратегиями территориального маркетинга.
3	Субъекты маркетинга территорий, их цели и интересы. В результате практического занятия студенты изучают инструменты брендинга территорий, выполняется разбор примеров.
4	Социально-экономический аспект брендинга территорий. В результате практического занятия студенты знакомятся с социальными и экономическими аспектами брендинга территорий, а также социальными факторами развития территорий.
5	Потребительская ценность территорий. В результате практического занятия студенты получают навыки анализа значимости брендинга территории, анализа признаков регионов, региональных особенностей, транспортных коммуникаций, наличия предприятий и т.п. Студенты выбирают для анализа субъекта РФ и начинают подготовку общих данных о регионе.

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
6	<b>Анализ региональных особенностей.</b> В результате практического занятия студенты получают навыки анализа географических и климатических особенностей, расположения, наличия транспортных коммуникаций, близости к госгранице и т.п. характеристикам территории.
7	<b>Анализ неформальных признаков региона.</b> В результате практического занятия студенты знакомятся со спецификой восприятия брендов, неформальными признаками, ассоциативным рядом.
8	<b>Разработка бренда территории.</b> На практическом занятии студенты начинают разработку бренда территории, выполняют анализ логотипа, слогана, стилистики мероприятий региона.
9	<b>Анализ возможной стратегии развития региона. Туризм, производство и т.д.</b> В результате практического занятия студенты знакомятся с возможными стратегиями развития региона, анализируют программы развития выбранных регионов.
10	<b>Закономерности в размещении экономических, социальных и природных объектов, территориальной организации хозяйства.</b> В результате практического занятия студенты знакомятся с особенностями размещения производительных сил и территориальной организации хозяйства. Анализируют примеры.
11	<b>Закономерности в размещении объектов.</b> В результате практического занятия студенты получают навыки анализа природных условий и ресурсов, знакомятся с принципами и факторами размещения производительных сил, экономическими связями.
12	<b>Экономические аспекты размещения объектов.</b> В результате практического занятия студенты получают навыки анализа экономической эффективности размещения объектов.
13	<b>Анализ эффективности развития территорий.</b> В результате практического занятия студенты получают навыки анализа по параметрам: население, производство, рекреация, рабочие места и т.п.
14	<b>Анализ предложенных стратегий развития региона.</b> На практическом занятии студенты анализируют направление развития региона на основе ранее собранных данных с предварительным выбором оптимальной стратегии развития.
15	<b>Разработка стратегии социально-экономического развития выбранного региона.</b> На практическом занятии студенты подготавливают данные для разработки стратегии социально-экономического развития выбранного региона.
16	<b>Совместный анализ разработанных студентами стратегий развития регионов.</b> На практическом занятии выполняется совместный анализ разработанных студентами стратегий развития регионов.

#### 4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Подготовка к практическим занятиям.
2	Работа с лекционным материалом.
3	Работа с литературой.
4	Подготовка курсовой работы.
5	Выполнение курсовой работы.

6	Подготовка к промежуточной аттестации.
7	Подготовка к текущему контролю.

#### 4.4. Примерный перечень тем курсовых работ

Тема и содержание курсовых работ зависит от индивидуального варианта.

В течение семестра студент выполняет курсовую работу по теме «Брендинг территории на примере субъекта РФ «\_\_\_\_\_»».

Курсовая работа состоит из кейс-заданий, исходные данные для которых каждому студенту выдаются в соответствии с индивидуальным вариантом.

#### 5. Перечень изданий, которые рекомендуется использовать при освоении дисциплины (модуля).

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Маркетинг территорий : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03593-3.	<a href="https://urait.ru/bcode/536037">https://urait.ru/bcode/536037</a> (дата обращения: 22.05.2024). Текст электронный.

#### 6. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, которые могут использоваться при освоении дисциплины (модуля).

Научно-техническая библиотека РУТ (МИИТ): <http://library.miiit.ru>

Образовательная платформа Юрайт: <https://urait.ru/>

Портал развития ГЧП в России: <https://pppi.ru>

Федеральная служба государственной статистики: <https://www.gks.ru>

Официальный сайт Банка России: <https://www.cbr.ru/>

Финансовый портал «Финам.ру»: <https://www.finam.ru/>

#### 7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, необходимого для освоения дисциплины (модуля).

Офисный пакет приложений Microsoft Office.

#### 8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

лекция – мультимедиа, практика – мультимедиа

9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет в 5 семестре.

Курсовая работа в 5 семестре.

10. Оценочные материалы.

Оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной аттестации, разрабатываются в соответствии с локальным нормативным актом РУТ (МИИТ).



Авторы:

А.Ю. Добрин

Согласовано:

Заведующий кафедрой ЭТИиУСБ

Е.А. Ступникова

Председатель учебно-методической  
комиссии

М.В. Ишханян