

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: 03.06.2024

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 и рисков;
- определять эффективность 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	Основы брендинга территорий. Вводная лекция. Рассматриваемые вопросы: - предмет и объект исследования брендинга территорий; - развитие теории брендинга территорий.
2	Сущность и разновидности брендинга территорий. Рассматриваемые вопросы: - разновидности территориального маркетинга; - субъекты брендинга территорий; - цели и интересы субъектов.
3	Значение брендинга территорий. Рассматриваемые вопросы: - практическое значение брендинга территорий; - условия, принципы и факторы брендинга территорий.
4	Инструменты брендинга территорий. Рассматриваемые вопросы: - инструменты маркетингового анализа территорий; - позиционирование территорий; - разработка бренда территорий.
5	Стратегии брендинга территорий. Рассматриваемые вопросы: - стратегии продвижения территорий; - развитие территорий.
6	Потребительская ценность территорий. Рассматриваемые вопросы: - составляющие бренда; - формальное и эмоциональное восприятие бренда.
7	Брендинг территорий. Рассматриваемые вопросы: - национальный брендинг; - региональный брендинг; - городской брендинг.
8	Особенности размещения территориального продукта. Рассматриваемые вопросы: - территориальный продукт; - размещение, распределение территориального продукта; - потребительская ценность территории: для жителей, туристов, инвесторов и т.д.
9	Природные условия и ресурсы. Рассматриваемые вопросы: - природные условия; - территориальные ресурсы; - районирование.
10	Территориальные особенности субъектов РФ. Рассматриваемые вопросы: - география РФ; - особенности транспортных связей; - особенности субъектов РФ.
11	Закономерности в размещении экономических, социальных и природных объектов, территориальной организации хозяйства.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	Рассматриваемые вопросы: - 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

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

Список регионов РФ:

- 01 Республика Адыгея
- 02 Республика Башкортостан
- 03 Республика Бурятия
- 04 Республика Алтай
- 05 Республика Дагестан
- 06 Республика Ингушетия
- 07 Кабардино-Балкарская Республика
- 08 Республика Калмыкия
- 09 Карачаево-Черкесская Республика
- 10 Республика Карелия
- 11 Республика Коми
- 12 Республика Марий Эл
- 13 Республика Мордовия
- 14 Республика Саха (Якутия)
- 15 Республика Северная Осетия - Алания
- 16 Республика Татарстан (Татарстан)
- 17 Республика Тыва
- 18 Удмуртская Республика
- 19 Республика Хакасия
- 20 Чеченская Республика
- 21 Чувашская Республика - Чувашия

- 22 Алтайский край
- 23 Краснодарский край
- 24 Красноярский край
- 25 Приморский край
- 26 Ставропольский край
- 27 Хабаровский край
- 28 Амурская область
- 29 Архангельская область
- 30 Астраханская область
- 31 Белгородская область
- 32 Брянская область
- 33 Владимирская область
- 34 Волгоградская область
- 35 Вологодская область
- 36 Воронежская область
- 37 Ивановская область
- 38 Иркутская область
- 39 Калининградская область
- 40 Калужская область
- 41 Камчатский край
- 42 Кемеровская область - Кузбасс
- 43 Кировская область
- 44 Костромская область
- 45 Курганская область
- 46 Курская область
- 47 Ленинградская область
- 48 Липецкая область
- 49 Магаданская область
- 50 Московская область
- 51 Мурманская область
- 52 Нижегородская область

- 53 Новгородская область
- 54 Новосибирская область
- 55 Омская область
- 56 Оренбургская область
- 57 Орловская область
- 58 Пензенская область
- 59 Пермский край
- 60 Псковская область
- 61 Ростовская область
- 62 Рязанская область
- 63 Самарская область
- 64 Саратовская область
- 65 Сахалинская область
- 66 Свердловская область
- 67 Смоленская область
- 68 Тамбовская область
- 69 Тверская область
- 70 Томская область
- 71 Тульская область
- 72 Тюменская область
- 73 Ульяновская область
- 74 Челябинская область
- 75 Забайкальский край
- 76 Ярославская область
- 77 г. Москва
- 78 г. Санкт-Петербург
- 79 Еврейская автономная область
- 83 Ненецкий автономный округ
- 86 Ханты-Мансийский автономный округ - Югра
- 87 Чукотский автономный округ
- 89 Ямало-Ненецкий автономный округ

91 Республика Крым

92 г. Севастополь

99 иные территории, включая город и космодром Байконур

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.	https://urait.ru/bcode/536037 (дата обращения: 22.05.2024). Текст электронный.
2	Логунцова, И. В. Маркетинг территорий : учебник для вузов / И. В. Логунцова, И. В. Малькова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 160 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18653-6.	https://urait.ru/bcode/560304 (дата обращения: 04.08.2025). Текст электронный.
3	Москвин, С. Н. Территория: практические инструменты развития и повышения привлекательности : учебник для вузов / С. Н. Москвин. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 86 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19058-8.	https://urait.ru/bcode/569070 (дата обращения: 04.08.2025). 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).

Для проведения лекционных и практических занятий необходима аудитория, оснащенная мультимедиа аппаратурой

9. Форма промежуточной аттестации:

Курсовая работа в 5 семестре.

Экзамен 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