

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

**АННОТАЦИЯ К**  
**РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Маркетинг и брендинг в государственном и муниципальном управлении**

Направление подготовки: 38.04.04 – Государственное и муниципальное управление

Направленность (профиль): Управление социально-экономической сферой

Форма обучения: Очная

**Общие сведения о дисциплине (модуле).**

**Цели освоения дисциплины:**

1. Ознакомление студентов с основными концепциями современного маркетинга и брендинга государственного и муниципального управления.

2. Формирование навыков анализа и прогнозирования основных тенденций развития маркетинга и брендинга в рамках государственного и муниципального управления.

**Задачи освоения дисциплины:**

- формирование у обучающихся представлений об основных теоретических подходах к пониманию тенденций развития современного маркетинга и брендинга государственного и муниципального управления;

- изучение основных понятий брендинга: его сущности и видов территориальных брендов;

- формирование знаний в области некоммерческого маркетинга как

концепции и системы взаимодействия государственных структур в целях эффективной деятельности с учетом требований населения и потребителей, внутренних возможностей государственных органов управления и муниципальных органов самоуправления;

- развитие умений использования маркетинговых технологий, методов и решений в управлении экономикой и социальной сферой;

- изучение этапов разработки и продвижения территориальных брендов;

- изучение основных методологических подходов (парадигм) анализа маркетинга и брендинга государственного и муниципального управления.

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 5 з.е. (180 академических часа(ов)).