

**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  
38.03.06 Торговое дело,  
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)  
Тимониным В.С.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Регионалистика**

Направление подготовки: 38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль): Коммерческая логистика

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: 2575  
Подписал: заведующий кафедрой Терешина Наталья  
Петровна  
Дата: 01.06.2021

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

Целью освоения дисциплины являются формирование у студентов комплекса знаний и практических навыков, связанных с изучением основных типов территориальных образований, принципов брендинга территорий изучить в системе стратегических медиакоммуникаций, методы журналистского влияния на построение бренда региона а также технологии и технику создания и продвижения брендов территорий в различных сферах общественной жизни в современных условиях, укреплением и капитализацией брендов отраслей, городов, регионов, государства в целом

Задачами освоения дисциплины является формирование у обучающихся знаний о базовых экономических категориях, основных показателях, характеризующих социально-экономические процессы в регионе, сформировать понимание структуры, принципов и технологий современного коммуникативного процесса и бренд-коммуникаций с учетом правовых и этических норм регулирования.

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

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

**УК-10** - Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

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

### **Уметь**

анализировать развитие региональной экономики, принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности, разрабатывать события влияющие на бренд территории, определять целевые аудитории суббрендов и прогнозировать их рефлексию на транслируемую в СМИ информацию в рамках брендинг-стратегии

### **Знать**

территориальные особенности субъектов РФ, тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, теорию брендинга территорий, лучшие мировые практики по успешному созданию брендов регионов, особенности медиавлияния на создание бренда

### **Владеть**

знаниями о функциях, истории создания, структуре, приемах и методах

брендинга территории, умениями реализовывать творческие и организаторские задачи в области создания бренда региона, разрабатывать новые творческие проекты в области бренд-менеджмента, владеть навыками критического анализа контента в СМИ

### 3. Объем дисциплины (модуля).

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

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 5 зачетных единиц (180 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	Сем. №1
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	48	48
В том числе:		
Занятия лекционного типа	16	16
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 132 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	Специализация и комплексное развитие региона. 1.1. Специализация и комплексное развитие региона. Функции региона в национальной экономике. Проблемы измерения производственного потенциала региона 1.2. Анализ регионального продукта в системе баланса народного хозяйства и национальных счетов Оценка вклада региона в экономику страны. Конкурентоспособность региона
2	Роль территориального брендинга в разработке и реализации стратегических программ развития региона 2.1. Роль территориального брендинга в разработке и реализации стратегических программ развития региона. Особенности и функции территориального брендинга. Информационно-коммуникативные технологии регионального брендинга 2.2. Бренд региона как инструмент реализации стратегии региона Этапы разработки, формирования и продвижения брендов территорий, городов. Брендинг территории как стратегия повышения конкурентоспособности регионов

#### 4.2. Занятия семинарского типа.

##### Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	Специализация и комплексное развитие региона 1.1. Специализация и комплексное развитие региона. Изучение функции региона в национальной экономике страны. Основные проблемы связанные с измерением производственного потенциала региона 1.2. Анализ регионального продукта в системе баланса народного хозяйства и национальных счетов. Оценка вклада региона в экономику страны. Оценка конкурентоспособности региона
2	Роль территориального брендинга в разработке и реализации стратегических программ развития региона. 2.1. Роль территориального брендинга в разработке и реализации стратегических программ развития региона. 2.1.1 Особенности и функции территориального брендинга 2.1.2 Изучение информационно-коммуникативных технологий регионального брендинга 2.1.3. Изучение этапов разработки, формирования и продвижения брендов территорий, городов 2.1.4. Брендинг территории как стратегия повышения конкурентоспособности региона 2.2. Конструкция региональных брендов как основа успешного брендинга региона. Стоимость бренда. Этапы создания. Бренд-менеджмент территорий на примере мегаполисов. Лучшие мировые практики. 2.3. Суббренды, технологии, факторы влияния на брендинг территории. Экология и Архитектура бренда территории на примере малых городов 2.4. Региональные СМИ как инструмент создания бренда региона. Контент-анализ медиакоммуникаций в сфере событийного менеджмента

#### Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Подготовка к практическим занятиям
2	Работа с рекомендованной литературой
3	Выполнение эссе.
4	Подготовка к промежуточной аттестации.
5	Подготовка к текущему контролю.

#### 4.4. Примерный перечень тем эссе

1. Экономико-географическая характеристика Центрального экономического района и его транспортной системы
2. Экономико-географическая характеристика Западно-Сибирского экономического района и его транспортной системы
3. Экономико-географическая характеристика Уральского экономического района и его транспортной системы
4. Экономико-географическая характеристика Поволжского экономического района и его транспортной системы
5. Экономико-географическая характеристика Северо-Кавказского экономического района и его транспортной системы
6. Экономико-географическая характеристика Центрально-Черноземного экономического района и его транспортной системы
7. Экономико-географическая характеристика Волго-Вятского экономического района и его транспортной системы
8. Экономико-географическая характеристика Северо-Западного экономического района и его транспортной системы
9. Экономико-географическая характеристика Северного экономического района и его транспортной системы
10. Экономико-географическая характеристика Восточно-Сибирского экономического района и его транспортной системы

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, 2021. — 262 с	Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/469045">https://urait.ru/bcode/469045</a>

2	<p>Экономическая география и регионалистика : учебник для среднего профессионального образования / Э. Н. Кузьбожев, И. А. Козьева, М. Г. Клевцова. 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 431 с.</p>	ISBN 978-5-534-04284-9.
---	--	-------------------------

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

Научно-техническая библиотека РУТ (МИИТ): <http://library.miit.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 занятий необходима аудитория с мультимедиа аппаратурой.

9. Форма промежуточной аттестации:

Экзамен в 1 семестре.

10. Оценочные материалы.

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

## Авторы

Доцент, доцент, к.н. кафедры  
«Экономика и управление на  
транспорте»

Королькова Наталья  
Вячеславовна

## Лист согласования

Заведующий кафедрой ЭУТ  
Председатель учебно-методической  
комиссии

Н.П. Терешина

М.В. Ишханян