

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

Кафедра «Экономика и управление на транспорте»

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«Региональная экономика и брендинг территорий»

Направление подготовки:	<u>42.03.01 – Реклама и связи с общественностью</u>
Профиль:	<u>Реклама и связи с общественностью в отрасли</u>
Квалификация выпускника:	<u>Бакалавр</u>
Форма обучения:	<u>очная</u>
Год начала подготовки	<u>2020</u>

1. Цели освоения учебной дисциплины

Целью дисциплины "Региональная экономика и брендинг территории" является рассмотрение брендинга территории в рамках брендменеджмента не только как инструмента, повышающего конкурентоспособность региона, но и как способа формирования экономической идентичности заинтересованных групп, обеспечивающей стратегическое развитие территории.

Предметом исследования выступает брендинг территории как управленческий процесс по формированию, планированию и продвижению уникальных особенностей территории.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина "Региональная экономика и брендинг территорий" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его вариативную часть.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ПКС-1	Способен разрабатывать программы мероприятий рекламы и связей с общественностью для решения проблем, целевых задач и успешного экономического развития организации и отрасли
-------	--

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет

3 зачетные единицы (108 ак. ч.).

5. Образовательные технологии

Лекции проводятся в традиционной классно-урочной организационной форме, по типу управления познавательной деятельностью. Практические занятия организованы с использованием технологий развивающего обучения. Часть практического курса выполняется в виде традиционных практических занятий, в ходе которых осуществляется проработка изученного материала с помощью интерактивной карты, а так же использованием компьютерной тестирующей системы. Самостоятельная работа студента организована с использованием традиционных видов работы и интерактивных технологий. К традиционным видам работы относятся отработка лекционного материала и отработка отдельных тем по учебным пособиям. К интерактивным (диалоговым) технологиям относятся отработка отдельных тем по электронным пособиям, подготовка к промежуточным контролям в интерактивном режиме, интерактивные консультации в режиме реального времени по специальным разделам и технологиям, основанным на коллективных способах самостоятельной работы студентов..

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

РАЗДЕЛ 1

Специализация и комплексное развитие региона 1. Функции региона в национальной экономике 2. Проблемы измерения производственного потенциала региона

РАЗДЕЛ 2

Анализ регионального продукта в системе баланса народного хозяйства и национальных счетов 1. Оценка вклада региона в экономику страны 2. Конкурентоспособность региона

ТК1

тест

РАЗДЕЛ 3

Роль территориального брендинга в разработке и реализации стратегических программ развития региона 1. Особенности и функции территориального брендинга 2.

Информационно-коммуникативные технологии регионального брендинга

Тестирование, опрос

РАЗДЕЛ 4

Этапы разработки, формирования и продвижения брендов территорий, городов 4.

Брендинг территории

РАЗДЕЛ 5

Зачет