

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
42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Региональная экономика и брендинг территорий

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в 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: 72869
Подписал: И.о. заведующего кафедрой Данилина Мария
Геннадьевна
Дата: 21.03.2024

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):

ОПК-5 - Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;

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 рефлексиию 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 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	Сем. №7
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	46	46
В том числе:		
Занятия лекционного типа	16	16
Занятия семинарского типа	30	30

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 98 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. Рассматриваемые вопросы: - специализация и комплексное развитие региона. - функции региона в национальной экономике. - проблемы измерения производственного потенциала региона
2	Анализ регионального продукта в системе баланса народного хозяйства и национальных счетов Рассматриваемые вопросы: - оценка вклада региона в экономику страны. - конкурентоспособность региона
3	Устойчивое развитие региональной системы Рассматриваемые вопросы: - Эффективное экономическое развитие как элемент устойчивого развития региональной системы - социальная целесообразность как элемент устойчивого развития региональной системы - экологическая безопасность как элемент устойчивого развития региональной системы - ресурсный потенциал и устойчивое развитие региональной системы
4	Конкурентоспособность региона Рассматриваемые вопросы: - конкурентоспособность: от национального уровня к региональному - теоретические основы региональной конкурентоспособности -макроэкономические ограничения конкурентоспособности региональной экономики
5	Роль территориального брендинга в разработке и реализации стратегических программ развития региона Рассматриваемые вопросы: - роль территориального брендинга в разработке и реализации стратегических программ развития региона -особенности и функции территориального брендинга. - информационно-коммуникативные технологии регионального брендинга
6	Основные технологии и техники брендинга территории Рассматриваемые вопросы: - Бренд в системах PR, маркетинга, рекламы, репутационного менеджмента - Конструкция региональных брендов как основа успешного брендинга региона. - Стоимость бренда. - Этапы создания
7	Бренд региона как инструмент реализации стратегии региона Рассматриваемые вопросы: - этапы разработки, формирования и продвижения брендов территорий, городов. - брендинг территории как стратегия повышения конкурентоспособности регионов
8	Брендинг территории: международный опыт Рассматриваемые вопросы: - Имидж, репутация и паблисити региона

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	- Геральдика и информационный дизайн региональных брендов
9	Брендинг территории в современной России: история и перспективы Рассматриваемые вопросы: - Культурно-исторический потенциал и гудвил региона - Перспективы брендинга в РФ

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	Специализация и комплексное развитие региона В результате выполнения практического задания студент изучает функции региона в национальной экономике страны, изучает основные проблемы связанные с измерением производственного потенциала региона
2	Проблемы измерения воспроизводственного потенциала региона В результате выполнения практического задания студент изучает факторы формирования и использования воспроизводственного потенциала региона, проводит его оценку
3	Анализ регионального продукта в системе баланса народного хозяйства и национальных счетов. В результате выполнения практического задания студент оценивает вклад региона в экономику страны, конкурентоспособность региона
4	Устойчивое развитие региональной системы В результате выполнения практического задания студент оценивает эффективное экономическое развитие региональной системы - экологическая безопасность как элемент устойчивого развития региональной системы - ресурсный потенциал и устойчивое развитие региональной системы
5	Конкурентоспособность региона В результате выполнения практического задания студент теоретические основы региональной конкурентоспособности, макроэкономические ограничения конкурентоспособности региональной экономики
6	Проблемы государственного управления и региона В результате выполнения практического задания студент изучает бюджетно-налоговые и демографические проблемы регионов
7	Роль территориального брендинга в разработке и реализации стратегических программ развития региона. В результате выполнения практического задания студент изучает информационно-коммуникативные технологии регионального брендинга, изучает основные этапы разработки, формирования и продвижения брендов территорий, городов
8	Бренд территории: понятие, сущностные черты, структура, основные типы, функции В результате выполнения практического задания студент изучает возникновение и эволюция брендинга, виды брендов.
9	Основные технологии и техники брендинга территории В результате выполнения практического задания студент изучает бренд в системах PR, маркетинга, рекламы, репутационного менеджмента, конструкция региональных брендов как основу успешного брендинга региона.
10	Бренд региона как инструмент реализации стратегии региона

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
	В результате выполнения практического задания студент изучает этапы разработки, формирования и продвижения брендов территорий, городов
11	Брендинг территории как стратегия повышения конкурентоспособности В результате работы на практическом занятии студент оценивает роль региональных брендов для успешного брендинга региона, изучает лучшие мировые практики бренд-менеджмента территорий, использование контент-анализа медиакоммуникаций в сфере событийного менеджмента
12	Брендинг территории: международный опыт В результате выполнения практического задания студент изучает имидж, репутация и паблисити региона, геральдику и информационный дизайн региональных брендов
13	Брендинг территории в современной России: история и перспективы В результате выполнения практического задания студент изучает культурно-исторический потенциал и гудвил региона

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

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

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: https://urait.ru/bcode/469045
2	Региональная экономика : учебник для вузов / Е. Л. Плисецкий [и др.] ; под редакцией Е. Л. Плисецкого. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 532 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13299-1	Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/468975 (дата обращения: 25.04.2021).
3	Региональная экономика и управление развитием территорий : учебник и практикум для вузов / И. Н. Ильина [и др.] ; под общей редакцией Ф. Т. Прокопова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 351 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00236-2	Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/468924 (дата обращения: 25.04.2021).

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

Официальный сайт РУТ (МИИТ) (<https://www.miit.ru/>).

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

Образовательная платформа «Юрайт» (<https://urait.ru/>).

Общие информационные, справочные и поисковые системы «Консультант Плюс» (<https://www.consultant.ru/>), «Гарант» (<https://www.garant.ru/>)

Электронно-библиотечная система издательства «Лань» (<http://e.lanbook.com/>).

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

Яндекс. Браузер.

Операционная система Microsoft Windows.

Офисный пакет приложений Microsoft 365 и приложения 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 7 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»

Н.В. Королькова

Согласовано:

и.о. заведующего кафедрой ЭУТ
Председатель учебно-методической
комиссии

М.Г. Данилина

М.В. Ишханян