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 - программа 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: заведующий кафедрой Данилина Мария
Геннадьевна
Дата: 01.06.2023

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 методы журналистского влияния на построение бренда региона;

- изучить 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 рефлексию на транслируемую в СМИ информацию в рамках брендинг-стратегии

Знать:

- территориальные особенности субъектов РФ;
- тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира;
- механизм формирования брендинга территорий с учетом лучших мировые практики;
- 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,
- навыками разработки новых творческих проектов в области бренд-менеджмента,
- 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	Семестр №6
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 96 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:

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	- Бренд в системах PR, маркетинга, рекламы, репутационного менеджмента - Конструкция региональных брендов как основа успешного брендирования 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 - Геральдика и информационный дизайн региональных брендов
9	Брендинг территории в современной России: история и перспективы Рассматриваемые вопросы: - Культурно-исторический потенциал и гудвил региона - Региональный брендинг как инструмент консолидации социума и развития межсекторального партнерства.

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 испольования воспроизводственного потенциала региона, прводит 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 реиональной 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 реиональной экономики
6	Проблемы государственного управления и региона: В результате выполнения практического задания студент изучает бюджетно-налоговые и демографичекие проблемы регионов
7	Роль территориального брендинга в разработке и реализации стратегических программ развития региона.

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
	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 брендирования региона.
10	Бренд региона как инструмент реализации стратегии региона 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 брендирования 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	Выполнение курсовой работы.
4	Подготовка к промежуточной аттестации.
5	Подготовка к текущему контролю.

4.4. Примерный перечень тем курсовых работ

В течение семестра студент выполняет курсовую работу по теме «: «Брендинг территории как стратегия повышения конкурентоспособности регионов».

Курсовая работа состоит из кейс-заданий, исходные данные для которых каждому студенту выдаются в соответствии с индивидуальным вариантом.

1. Территориальный брендинг как инструмент развития региона

2. Проблемы развития регионального брендинга в России

3. Роль брендинга территорий в развитии экономики региона

4. Территориальный брендинг как способ формирования экономической идентичности в регионе

5. Влияние региональных экономических условий на брендинг территорий

6. Социально-экономические характеристики региона как основание успеха брендинга территорий

7. Развитие регионального брендинга как маркетинговой технологии

8. Бренд региона как инструмент экономического роста

9. Проблемы развития регионального брендинга в России

10. Геобрендинг в развитии территорий России

5. Перечень изданий, которые рекомендуется использовать при освоении дисциплины (модуля).

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Маркетинг территорий : учебник для вузов / А. А. Угрюмова [и др.] ; под общей редакцией А. А. Угрюмовой, М. В. Савельевой, Е. В. Ерохиной. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 446 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14967-8.	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/515029 (дата обращения: 27.02.2023). Текст электронный
2	Региональная экономика : учебник для вузов / Е. Л. Плисецкий [и др.] ; под редакцией Е. Л. Плисецкого. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/510967

	: Издательство Юрайт, 2023. — 532 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13299-1.	(дата обращения: 27.02.2023) Текст : электронный
3	Королева, О. В. Брендинг туристских территорий : учебное пособие для вузов / О. В. Королева, Е. С. Милинчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 273 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15348-4.	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/520478 (дата обращения: 27.02.2023). Текст электронный

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:

Зачет в 6 семестре.

Курсовая работа в 6 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:

Заведующий кафедрой ЭУТ М.Г. Данилина

Председатель учебно-методической
комиссии М.В. Ишханян