

АННОТАЦИЯ

дисциплины

Б1.В.ДВ.03.01 ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ

Направление подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление

Общее количество часов 108

Количество зачётных единиц 3

Цель освоения дисциплины «Территориальный маркетинг» – сформировать у обучающихся необходимого объема современных теоретических знаний в области территориального маркетинга и научить их практическим методам формирования эффективной маркетинговой стратегии.

Задачи дисциплины:

1. Ознакомить обучающихся с теоретическими аспектами системы территориального маркетинга;
2. Сформировать представление о практическом применении инструментов и стратегий маркетинга на отдельных территориях;
3. Научить разрабатывать и применять необходимые механизмы для решения конкретных задач в области сегментирования рынка и позиционирования территории.

Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Дисциплина **Б1.В.ДВ.03.01 «Территориальный маркетинг»** относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины по выбору (модули)» учебного плана.

Результаты обучения (знания, умения, опыт, компетенции).

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (согласно ФГОС):

№ п. п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
1	ОК-3	Способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности	Знать: базовые экономические понятия, объективные основы функционирования экономики и поведения экономических агентов; знать основные виды финансовых институтов и финансовых инструментов, основы функционирования	Уметь: анализировать финансовую и экономическую информацию, необходимую для принятия обоснованных решений в профессиональной сфере; оценивать процентные, кредитные, курсовые, рыночные, операционные,	Владеть: методами финансового планирования профессиональной деятельности, использования экономических знаний в профессиональной практике

			финансовых рынков; условия функционирования национальной экономики, понятия и факторы экономического роста; основы российской налоговой системы.	общеэкономическое, политические риски неблагоприятных экономических и политических событий для профессиональных проектов; решать типичные задачи, связанные с профессиональным и личным финансовым планированием; искать и собирать финансовую и экономическую информацию.	
2	ПК-22	Умением оценивать соотношение планируемого результата и затрачиваемых ресурсов	Знать: виды ресурсов, процедуру оценивания результата; понятие эффективности управления и критерии его оценки	Уметь: оценивать планируемый результат, оценивать затрачиваемые ресурсы; анализировать социальные процессы и явления; осуществлять анализ деятельности организации, использовать результаты анализа деятельности для подготовки управленческих решений	Владеть: навыками оценивания соотношения планируемого результата и затрачиваемых ресурсов; навыками применения качественных и количественных методов исследования

Курсовые работы: не предусмотрены

Вид аттестации: зачет

Основная литература:

1. Маркетинг территорий : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. А. Угрюмова [и др.] ; под общ. ред. А. А. Угрюмовой, М. В. Савельевой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 381 с. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/7A70CDE1-F43F-4CA1-9DBB-B9C3F4F45E18
2. Маркетинг территорий : учебник и практикум для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ. ред. О. Н. Жильцовой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 258 с. — Режим доступа www.biblio-online.ru/book/C22DB7AE-F5B9-4FC0-B8C8-B63281900E69

Дополнительная литература:

1. Арженовский, И.В. Маркетинг регионов : учебное пособие / И.В. Арженовский. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 135 с. — Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114711>
2. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 474 с. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/EEAFDA8F-8DEE-4A8B-9034-9112900EC1B4
3. Грошев, И.В. Системный бренд-менеджмент : учебник / И.В. Грошев, А.А. Краснослободцев. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 655 с. — Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117920>
4. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий : учебное пособие для академического бакалавриата / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 223 с. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/EC0CF50E-CC9F-4D82-83FF-07FDBCFACDE0
5. Логунцова, И. В. Маркетинг территорий : учебник и практикум для академического бакалавриата / И. В. Логунцова, И. В. Малькова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 163 с. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/630BB1A9-04DB-47E7-9198-872B5FA0AA77
6. Перцик, Е. Н. Геоурбанистика : учебник для академического бакалавриата / Е. Н. Перцик. — 2-е изд., стер. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 435 с. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/C12D494D-78B3-4181-A2D7-7F31B308F39F
7. Региональная экономика и пространственное развитие в 2 т. Том 2 : учебник для вузов / Л. Э. Лимонов [и др.] ; под ред. Б. С. Жихаревича, Н. Ю. Одинг, О. В. Русецкой; под общ. Ред. Л. Э. Лимонова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 367 с. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/5DE0DA32-AD79-46CA-ABCF-A55E5B25918B
8. Угрюмова, А. А. Региональная экономика и управление : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. А. Угрюмова, Е. В. Ерохина, М. В. Савельева. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 445 с. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/80D1169A-5241-4677-B6D2-191AE023CC7F

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань», «Юрайт» и др.

Автор: Косенко С.Г.