

АННОТАЦИЯ

дисциплины

Б1.В.ДВ.03.02 Маркетинг мест (ЗФО)

Объем трудоемкости: 3 зачетных единиц (108 часов, из них – 14,3 ч. контактная работа: лекционных 4 ч., практических 10ч.; ИКР – 0,3; контроль – 8,7 ч., 85 часов самостоятельной работы)

Цель освоения дисциплины «Маркетинг мест» заключается в стремлении сформировать у магистрантов необходимый объем знаний и практических навыков, который позволит им использовать инструменты маркетинга в процессе стратегического планирования местного развития.

Задачи дисциплины.

- приобретение системного представления о необходимости знаний о целях, современных методах управления и объектах исследований для информационного обеспечения маркетинга территории;
- овладение методикой анализа экономики общественного сектора в процессе продвижения территории;
- формирование у студента четкого представления об обеспечивающей роли инструментов маркетинга в процессе стратегического планирования местного развития.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Маркетинг мест» (Б1.В.ДВ.03.02) включается в вариативную часть (обязательные дисциплины) учебного плана направления подготовки 38.04.04 «Государственное и муниципальное управление». Для успешного освоения дисциплины магистранты должны изучить дисциплины Б1.В.02 «Кубанская школа развития местных сообществ», Б1.Б.01 «Экономика общественного сектора», Б1.В.01 «Современные проблемы стратегического управления».

Требования к уровню освоения дисциплины:

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся профессиональных компетенций

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ПК- 8	владением принципами и современными методами управления операциями в различных сферах деятельности	принципы и современные методы маркетингового управления территорией; функции и инструменты территориального маркетинга	выявлять условия и факторы, влияющие на продвижение территории	навыками использования инструментов маркетинга в территориальном развитии
2.	ПК-19	владением методикой анализа экономики общественного сектора, макроэкономическими подходами к объяснению функций и	современные подходы к развитию территорий, существующих в управленческой науке и практике;	использовать современные методы для разработки программ развития в практической деятельности; умеет	навыками применения своих профессиональных знаний и навыков для оценки конкурентной среды

№ п.п.	Индекс компет енции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		деятельности государства	знает методику обеспечения инструментам и маркетинга процесс стратегическо го планирования.	разрабатывать план маркетинга муниципально го образования.	территории, формирования и разработки маркетинговых планов; владеет навыками проведения маркетинговых исследований местных сообществ; владеет навыками разработки программ маркетинга муниципально го образования.

Основные разделы дисциплины:

Разделы дисциплины, изучаемые на 2 курсе (для студентов ЗФО)

№ разде ла	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Территориальный маркетинг	36	2	4		30
2	Имидж территории и его составляющие	34	2	2		30
3	Территориальный маркетинг и стратегическое планирование	29		4		25
	ИКР	0,3				
	Контроль	8,7				
	Итого по дисциплине:	108	4	10		85

Курсовые работы: не предусмотрены.

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Основная литература:

1. Илясова Е.В. Территориальный маркетинг: учеб. пособие / Е.В. Илясова. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2017. – 128 с. – 500 экз.
2. Арженовский И.В. Маркетинг регионов: учебное пособие / И.В. Арженовский. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 135 с. : табл., граф., ил, схемы - Библиогр.: с. 117-119. - ISBN 978-5-238-02219-2; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114711>

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

Автор (ы) РПД _____ Е.В. Илясова, к.э.н., доц.