

АННОТАЦИЯ

дисциплины Б1.В.ДВ.03.01 «Территориальный маркетинг»

Объем трудоемкости: 3 зачетных единиц (108 часов, из них – 58,2 ч. контактная работа: лекционных - 18 ч., практических - 36 ч.; интерактивные часы – 36 ч., КСР- 4 часа; ИКР – 0,2; 49,8 часов самостоятельной работы)

Целью освоения дисциплины «Территориальный маркетинг» является овладение студентами основами территориального маркетинга для формирования у будущих специалистов нового экономического мышления. Дисциплина призвана привить студентам навыки формирования привлекательного имиджа территории с целью социально-экономического развития и повышения качества жизни населения.

Задачи дисциплины.

-приобретение знаний о целях, методах информационного обеспечения маркетинга территории;

-овладение навыками использования технологий формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения

- формирование знаний в области имиджа территории на основе современных коммуникативных технологий

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Территориальный маркетинг» относится к вариативной части учебного плана направления 38.03.04 – Государственное и муниципальное управление, профиль «Управление государственной и муниципальной собственностью». В методическом плане дисциплина опирается на знания, полученные при изучении следующих учебных дисциплин: «Основы маркетинга» Б1.В.ДВ.1.1 и «Стратегическое управление» Б1.В.ОД.5.

Полученные в процессе обучения знания могут быть использованы при изучении таких дисциплин, как: «Стратегическое планирование местного развития» Б1.В.ОД.14, «Инновации в государственном и муниципальном управлении» Б1.В.ОД.16, «Пространственное планирование» Б1.В.ДВ.12.1.

Требования к уровню освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ПК-11.

| № п.п. | Индекс компетенции | Содержание компетенции (или её части) | В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны | | |
|--------|--------------------|--|---|--|---|
| | | | знать | уметь | владеть |
| 1. | ПК-11 | владением основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения | Сущность территориального маркетинга | определять имидж территории и его составляющие | методикой управления имиджем территории |

Основные разделы дисциплины:

Разделы дисциплины, изучаемые в 4 семестре (для студентов ОФО)

| № раздела | Наименование разделов | Количество часов | | | | |
|-----------|---|------------------|-------------------|----|----|------------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Самостоятельная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1 | Территориальный маркетинг | 20 | 4 | 6 | - | 10 |
| 2 | Имидж территории и его составляющие | 21,8 | 4 | 8 | - | 9,8 |
| 3 | Управление имиджем территории | 20 | 2 | 8 | - | 10 |
| 4 | Сегментация и позиционирование территории | 22 | 4 | 8 | - | 10 |
| 5 | Продвижение имиджа территории | 20 | 4 | 6 | - | 10 |
| | <i>КСР</i> | 4 | - | - | - | - |
| | <i>ИКР</i> | 0,2 | - | - | - | - |
| | <i>Итого:</i> | 108 | 18 | 36 | - | 49,8 |

Курсовые работы: не предусмотрены.**Форма проведения аттестации по дисциплине:** *зачет***Основная литература:**

1. Арженовский, И.В. Маркетинг регионов : учебное пособие / И.В. Арженовский. - Москва : 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>

2. Илясова, Елена Валерьевна (КубГУ). Территориальный маркетинг [Текст] : учебное пособие / Е. В. Илясова ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Кубанский гос. ун-т. - Краснодар : [Кубанский государственный университет], 2017. - 128 с. : ил. - Библиогр.: с. 126. - ISBN 978-5-8209-1432-4

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.