

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
Б1.В.05 «Маркетинговые технологии государственного и муниципального
управления»**

Объем трудоемкости: 5 зачетных единиц

Цель дисциплины: приобретение компетенций в области муниципального маркетинга, освоение маркетингового подхода к оценке состояния муниципалитета, приобретение навыка применения инструментария для его развития на основе знания маркетинговых технологий в государственном и муниципальном управлении.

Задачи дисциплины:

- формирование знаний в области некоммерческого маркетинга как концепции и системы взаимодействия государственных структур в целях эффективной деятельности с учетом требований населения и потребителей, внутренних возможностей государственных органов управления и муниципальных органов самоуправления;

- приобретение навыков принятия управленческих решений направленных на исполнение полномочий государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления, лиц, замещающих государственные и муниципальные должности, осуществление полномочий организаций по реализации функций и полномочий государственных и муниципальных органов;

- знакомство с основами PR-деятельности, историей ее возникновения, мировым и отечественным опытом работы, с развитием ее главных принципов, методов и закономерностей;

- формирование системы знаний о функциях PR-деятельности в ГМУ, PR-стратегиях и PR-тактиках работы государственных и муниципальных структур, принципах и способах организации медиа-политики в ГМУ;

- приобретение навыков использования маркетинговых технологий, методов и решений в управлении экономикой и социальной сферой;

- изучение теоретических основ реализации проектов в области государственного и муниципального управления с использованием современных маркетинговых и инновационных технологий.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Данная дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана.

Предшествующие дисциплины, необходимые для изучения курса «Маркетинговые технологии государственного и муниципального управления»: «Основы государственного и муниципального управления», «Государственная и муниципальная служба»; последующие дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей в соответствии с учебным планом: «Система интегрированных коммуникаций органов государственной власти и местного самоуправления», «Управление социально-экономическим развитием территории», «Стратегическое планирование местного развития», «Экономика города», «Управление конфликтами в публичной сфере».

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
ПК-1. Способен участвовать в организации деятельности органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления, лиц, замещающих государственные и муниципальные должности, а также полномочия организаций по реализации функций и полномочий государственных и муниципальных органов	
ИПК-1.2. Реализует управленческие	Знает теоретические основы принятия

Код и наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
<p>решения, в том числе нормативных актов, направленных на исполнение полномочий государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления, лиц, замещающих государственные и муниципальные должности, осуществление полномочий организаций по реализации функций и полномочий государственных и муниципальных органов</p>	<p>управленческих решений органами государственной власти Российской Федерации, органами государственной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления, лицами, замещающими государственные и муниципальные должности в реализации муниципального маркетинга. Знает основные маркетинговые технологии государственного и муниципального управления, применяемые органами местного и регионального управления в своей профессиональной деятельности при принятии управленческих решений.</p>
	<p>Умеет организовать деятельность органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления, лиц, замещающих государственные и муниципальные должности в создании имиджа территории на основе маркетинговых технологий у процессе принятия управленческих решений. Умеет применять на практике современные маркетинговые технологии с целью реализации управленческих решений органами государственной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления, лицами, замещающими государственные и муниципальные должности.</p>
	<p>Владеет навыками практического применения современных маркетинговых технологий с целью реализации управленческих решений органами государственной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления, лицами, замещающими государственные и муниципальные должности. Владеет навыками формирования положительного имиджа территории органами государственной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления, лицами, замещающими государственные и муниципальные должности.</p>
<p>ПК-2. Способен использовать современные методы управления проектом в системе государственного и муниципального управления, направленные на своевременное получение качественных результатов с использованием современных инновационных технологий</p>	
<p>ИПК-2.1. Участвует в реализации проектов в области государственного и муниципального управления с использованием современных инновационных технологий</p>	<p>Знает теоретические основы разработки проектов в области государственного и муниципального управления с использованием современных инновационных и маркетинговых технологий. Знает теоретические основы управления</p>

Код и наименование индикатора	Результаты обучения по дисциплине
	<p>Умеет организовать связи с общественностью с использованием современных инновационных технологий с целью реализация проектов в области государственного и муниципального управления.</p> <p>Умеет оценивать результаты применения маркетинговых технологий в реализации проектов в области государственного и муниципального управления.</p>
	<p>Владеет навыками участия в реализация проектов в области государственного и муниципального управления с использованием современных маркетинговых и инновационных технологий.</p> <p>Владеет навыками управления проектами в системе государственного и муниципального управления, направленными на создание положительного имиджа территории с применение маркетинговых технологий.</p>

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
3 семестр						
1	Муниципальный маркетинг в системе государственной власти	21,8	4	2		15,8
2	Формирование имиджа и репутации муниципального образования	24	4	4		16
3	Организация и управление муниципальным маркетингом	24	4	4		16
	<i>ИТОГО по разделам в 3 семестре</i>	<i>69,8</i>	<i>12</i>	<i>10</i>		<i>47,8</i>
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	2				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю					
	Общая трудоемкость в 3 семестре	72				
4 семестр						
4	Использование механизмов маркетинга в деятельности органов государственной и муниципальной власти	23	4	4		15
5	Современные маркетинговые технологии	28	6	6		16
6	Основные практические мероприятия PR и PR-технологии в деятельности органов власти	28	6	6		16
	<i>ИТОГО по разделам в 4 семестре</i>	<i>79</i>	<i>16</i>	<i>16</i>		<i>47</i>
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	2				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю	26,7				
	Общая трудоемкость в 4 семестре	108				

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	<i>148,8</i>	<i>28</i>	<i>26</i>	<i>94,8</i>	
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,5				
	Подготовка к текущему контролю	26,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	180				

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет, экзамен*

Автор

М.Г. Иманова