

Аннотация к рабочей программы дисциплины  
**«Б1.В.08 Маркетинговые подходы в территориальном управлении»**

**Объем трудоемкости:** 4 зачетных единиц

**Цель дисциплины:** овладение магистрантами 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 в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Маркетинговые подходы в территориальном управлении» относится к *части, формируемой участниками образовательных отношений* Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается в 3 семестре на 2 курсе по очной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Для изучения дисциплины «Маркетинговые подходы в территориальном управлении» студент должен обладать знаниями по дисциплинам: «Теория и механизмы современного государственного управления», «Экономика общественного сектора», «Стратегическое управление в органах государственного и муниципального управления».

Дисциплина «Маркетинговые подходы в территориальном управлении» – общеэкономическая. Знания, полученные студентами при ее изучении, являются основой всех конкретно-экономических, профессиональных и специальных дисциплин, в частности, таких, как «Экономика устойчивого развития территории», «Инвестиционное обеспечение территориального развития» и других.

**Требования к уровню освоения дисциплины**

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

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине ( <i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i> )
ПКС-1. Способен проводить анализ управленческой деятельности в публичной сфере на социально-экономическое развитие страны, региона и муниципального образования	воздействия инструментов и технологий
ПКС - 1.1. Применяет методы анализа воздействия инструментов и технологий управленческой деятельности в публичной сфере на социально-экономическое развитие страны, региона и муниципального образования	Знает современные подходы к развитию территорий, существующих в управленческой науке и практике; методику обеспечения инструментами маркетинга процесс стратегического планирования
	Умеет использовать современные методы оценки информации при разработке программ развития территорий;

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности))
ПКС - 1.2. Разрабатывает рекомендации по повышению эффективности использования инструментов и технологий управленческой деятельности в целях социально-экономического развития региона, муниципального образования	Знает подходы, новые идеи и существующий опыт государственного и муниципального управления
	Умеет выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации; уметь обосновывать и разрабатывать маркетинговую стратегию управления, позволяющую достигать цели стоящие перед органом государственного и муниципального управления

### Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Маркетинг территорий: понятие и сущность	15	2	2		11
2.	Субъекты территориального маркетинга	15	2	2		11
3.	Процессы сегментации и дифференциации применительно к маркетингу территории	15	2	2		11
4.	Повышение конкурентоспособности территории	15	2	2		11
5.	Конкурентоспособность и инвестиционная привлекательность территории	15	2	2		11
6.	Позиционирование территории	14	2	2		10
7.	Маркетинговые стратегии городов и планирование городского развития	14	2	2		10
8.	Город и маркетинговые коммуникации	14	2	2		10
	<b>ИТОГО по разделам дисциплины</b>	<b>117</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>-</b>	<b>85</b>
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Курсовая работа	-				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю	26,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	144				

**Курсовые работы:** не предусмотрена

**Форма проведения аттестации по дисциплине:** экзамен

Автор: Родин А.В., канд. эконом. наук, доцент.