

АННОТАЦИЯ

Б1.В.08.06 МАРКЕТИНГ В ТЕРРИТОРИАЛЬНОМ РАЗВИТИИ (ОЗФО)

Объем трудоемкости: 3 зачетных единиц
(108 часов, из них – 40,2 контактных часов; 67,8 часов самостоятельной работы)

Цель освоения дисциплины «Маркетинг в территориальном развитии» заключается в овладении 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

- формирование четкого представления о маркетинге как о концепции управления территорией;
- изучение субъектов маркетинга территории и специфики применения ими комплекса маркетинговых средств;
- формирование умения использовать методы оценки информации, выявления проблем развития территории и выбора оптимальных вариантов их решения;
- формирование навыков разработки и реализации проектов в области государственного и муниципального управления;
- 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 Б1.В.08.06 «Маркетинг в территориальном развитии» относится к вариативной части учебного плана направления 38.03.04 – Государственное и муниципальное управление, профиль «Государственная политика и муниципальное управление». В методическом плане дисциплина опирается на знания, полученные при изучении следующих учебных дисциплин: Б1.О.03 «Основы проектной деятельности в публичном управлении» и Б1.О.10 «Экономика».

Полученные в процессе обучения знания могут быть использованы при изучении таких дисциплин, как: Б1.О.17.06 «Политика цифровой трансформации», Б1.О.18 «Государственный и муниципальный менеджмент», Б1.О.18.09 «Проектный подход в публичном управлении», Б1.О.18.12 «Публичное выступление и самопрезентация».

Требования к уровню освоения дисциплины:

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся профессиональных компетенций

№ п.п.	Индекс компет енции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ПК-1.2	Реализует управленческие решения, в том числе	основные технологии формирования	использовать инструменты территориальн	навыками использования основных

№ п.п.	Индекс компете нции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		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	и продвижения имиджа территории, базовые технологии формирования общественног о мнения в процессе управления социально-экономически м развитием территории	ого маркетинга для продвижения имиджа территории	технологий формирования и продвижения имиджа территории, базовыми технологиями формирования общественног о мнения; навыками проведения маркетинговы х исследований в территориальн ом управлении
	ПК-2.1	Участвует в реализации проектов в области государственного и муниципального управления с использованием современных инновационных технологий	мотивацию и интересы субъектов маркетинга территории, их связь с постановкой управленчески х задач продвижения территории; направления маркетинговых стратегий продвижения территории, которые мотивируют заинтересованн ых пользователей и потребителей.	самостоятельн о анализировать статистическу ю, научную и публицистическую информацию о внешних и внутренних факторах маркетинга территории; определять заинтересованн ость и выгоды отдельного потенциальног о потребителя территориальн ого потенциала в процессе решения	навыками использования инструментари я территориальн ого маркетинга для решения управленчески х задач, которые связанны с мотивирование м целевых групп территории; способностью приобретать новые знания в данной сфере и использовать их.

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
				управленческими задач.	

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1	Территориальный маркетинг		4	4	-	14
2	Имидж территории и его составляющие		4	4	-	13,8
3	Управление имиджем территории		4	2	-	14
4	Сегментация и позиционирование территории		4	4	-	14
5	Продвижение имиджа территории		2	2	-	12
6	<i>КСР</i>	4	-	-	-	-
7	<i>ИКР</i>	0,2	-	-	-	-
	<i>Итого:</i>	108	18	16	-	67,8

Курсовые работы: не предусмотрены.

Форма проведения аттестации по практике: *зачет*

Основная литература:

1. Амелин, Р. В. Тенденции и перспективы использования государственных
Логунцова, И. В. Маркетинг территорий : учебник и практикум для вузов /
И. В. Логунцова, И. В. Малькова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 163 с. —
(Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04913-8. — Текст : электронный //
Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535999>

2. Маркетинг территорий : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ;
под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. —
262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03593-3. — Текст : электронный //
Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536037>

3. Маркетинг территорий : учебник для вузов / А. А. Угрюмова [и др.] ; под общей
редакцией А. А. Угрюмовой, М. В. Савельевой, Е. В. Ерохиной. — 3-е изд., перераб. и
доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 451 с. — (Высшее образование). —
ISBN 978-5-534-16317-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт
[сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/539607>

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.

