

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 на 2 курсе по заочной 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 (знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности))
ПКС-1. Способен проводить анализ 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
ПКС - 1.1. Применяет методы анализа воздействия инструментов и технологий управленческой деятельности в публичной сфере на социально-экономическое развитие страны, региона и муниципального образования	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
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Маркетинг территорий: понятие и сущность	18	2			16
2.	Субъекты территориального маркетинга	18		2		16
3.	Процессы сегментации и дифференциации применительно к маркетингу территории	22		2		20
4.	Повышение конкурентоспособности территории	20		2		18
5.	Конкурентоспособность и инвестиционная привлекательность территории	18				18
6.	Позиционирование территории	11		2		9
7.	Маркетинговые стратегии городов и планирование городского развития	12	2			10
8.	Город и маркетинговые коммуникации	16				16
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	135	4	8	-	123
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Курсовая работа	-				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю	8,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	144				

Курсовые работы: не предусмотрена

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

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