

# **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **Б1.В.ОД.21 МАРКЕТИНГ ТЕРРИТОРИЙ**

**Автор: д.э.н., доцент Максимова И.В.**

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.03.04 Государственное и муниципальное управление, "Региональное управление"

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** Очная, заочная

**Год начала подготовки** -2017

**Цель:** Способность понимать принцип продвижения потребителям с присущими ему маркетинговыми характеристиками, навыков формирования комплекса маркетинговых коммуникаций, его элементами и их взаимосвязью

**Содержание дисциплины:**

**Тема 1. Введение.**

Сущность территориального маркетинга. Цели территориального маркетинга. Уровни территориального маркетинга: маркетинг муниципального образования, маркетинг региона, маркетинг страны. Функции территориального маркетинга.

**Тема 2. Маркетинговая среда**

Информационное обеспечение маркетинга территории. Факторы среды территориального маркетинга. Система маркетинговой информации. Анализ и диагностика экономического уровня развития. Анализ и диагностика отраслевой, функциональной и территориальной структуры хозяйства. Анализ и диагностику комплексности хозяйства. Анализ и диагностика динамических качеств территории. Анализ и диагностика экологии. Анализ и диагностика уровня и качества жизни населения. Анализ и диагностика демографической ситуации и ситуации на рынке труда.

**Тема 3. Планирование в маркетинге территории**

Основные стратегии территориального маркетинга. Маркетинг имиджа. Маркетинг привлекательности. Маркетинг инфраструктуры. Маркетинг населения, персонала. Целеполагание. Методы целеполагания, используемые в территориальном маркетинге. Построение дерева целей. Метод встречного планирования. Метод ФСА. Техника проведения SWOT-анализа. Комплекс маркетинг-микс. Инструменты реализации стратегий территориального маркетинга: экономические (программы развития экономики); финансовые (налоговые льготы, льготные государственные кредиты, государственные гарантии, софинансирование проектов); административные (упрощенная система регистрации предприятий и лицензирования); маркетинговые. Инструменты маркетинговых коммуникаций

**Тема 4. Маркетинг страны**

Сущность маркетинга страны. Особенность маркетинга страны. Классификация стран. Уровень и качество жизни в стране. Государственные символы. Имидж страны в мире. Формирование имиджа страны.

### **Тема 5. Маркетинг региона**

Сущность маркетинга региона. Необходимость маркетинга региона. Классификация регионов. Типология регионов. Инвестиции в экономику региона. Инструменты привлечения известий. Маркетинговое обоснование развития отраслей хозяйства в регионе. Конкуренция регионов.

### **Тема 6. Маркетинг города**

Сущность маркетинга города. Особенность маркетинга города. Классификация городских зон. Экология города. Основы проектирования городов. Городское хозяйство. Конкуренция городов.

### **Тема 7. Маркетинг места**

Сущность маркетинга места. Объекты маркетинга места. Маркетинг исторических достопримечательностей. Событийный маркетинг. Экологический маркетинг. Медицинский маркетинг. пляжный маркетинг. Туристическая инфраструктура. Организация маркетинга места

### **Тема 8. Маркетинг личности**

Сущность и назначение маркетинга места. Маркетинг личности и маркетинг политических кандидатов. Имидж личности. Формирование имиджа личности. Вербальные и невербальные средства коммуникации.

### **Тема 9. Оценка конкурентоспособности территории**

Понятие о конкурентоспособности территории. Критерии конкурентоспособности территории. Методические основы проведения оценки конкурентоспособности территории

#### **Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

В ходе реализации дисциплины используются следующие формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

| <b>№ п/п</b>       | <b>Наименование тем (разделов)</b>   | <b>Методы текущего контроля успеваемости</b>        |
|--------------------|--------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| <b>Очная форма</b> |                                      |                                                     |
| 1                  | Введение в дисциплину                | Устный опрос                                        |
| 2                  | Маркетинговая среда                  | Устный опрос, Групповое решение ситуационной задачи |
| 3                  | Планирование в маркетинге территории | Устный опрос, Групповое решение ситуационной задачи |
| 4                  | Маркетинг страны                     | Устный опрос, Групповое решение ситуационной задачи |
| 5                  | Маркетинг региона                    | Устный опрос, Групповое решение ситуационной задачи |
| 6                  | Маркетинг города                     | Устный опрос, Групповое решение ситуационной задачи |
| 7                  | Маркетинг места                      | Устный опрос, Групповое решение ситуационной задачи |

|                      |                                         |                                                                    |
|----------------------|-----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
|                      |                                         | задачи                                                             |
| 8                    | Маркетинг личности                      | Устный опрос, Групповое решение ситуационной задачи                |
| 9                    | Оценка конкурентоспособности территории | Устный опрос, Групповое решение ситуационной задачи, Итоговый тест |
| <b>Заочная форма</b> |                                         |                                                                    |
| 1                    | Введение в дисциплину                   | Проверка реферата                                                  |
| 2                    | Маркетинговая среда                     | Проверка реферата<br>Групповое решение ситуационной задачи         |
| 3                    | Планирование в маркетинге территории    | Проверка реферата,<br>Групповое решение ситуационной задачи        |
| 4                    | Маркетинг страны                        | Проверка реферата                                                  |
| 5                    | Маркетинг региона                       | Проверка реферата,<br>Групповое решение ситуационной задачи        |
| 6                    | Маркетинг города                        | Проверка реферата,<br>Групповое решение ситуационной задачи        |
| 7                    | Маркетинг места                         | Проверка реферата,<br>Групповое решение ситуационной задачи        |
| 8                    | Маркетинг личности                      | Групповое решение ситуационной задачи                              |
| 9                    | Оценка конкурентоспособности территории | Групповое решение ситуационной задачи,<br>Итоговый тест            |

**Промежуточная аттестация проводится – зачет в форме устного опроса**

**Основная литература:**

1. Григорьев М. Н. Маркетинг: учебник для прикл. Бакалавриата. – М.: Изд-во Юрайт, 2015
2. Григорьев М. Н. Маркетинг: учебник. – М.: Изд-во Юрайт, 2011
3. Цахаев Р.К., Муртузалиева Т.В. Маркетинг: Учебник. – М.: Дашков и К, 2013
4. Ушакова Н.В., Стрижова А.Ф. Имиджелогия: учеб. пособие. 2-е изд., испр.- М.: Дашков и К°, 2011
5. Голубкова Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Юрайт, 2016