

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.14 МАРКЕТИНГ ТЕРРИТОРИЙ

Наименование образовательной программы: "Региональное управление"

Наименование специальности: 38.03.04 "Государственное и муниципальное управление" (уровень бакалавриат)

Форма обучения: очная, очно-заочная

Результаты освоения дисциплины: применяет инструменты маркетинга для разработки планов по стратегии и тактики региона; осуществляет оценку эффективности территориального маркетинга по обеспечению конкурентоспособности территории ; использует методологию маркетинга в управлении территориями; осуществляет планирование стратегии и тактики территориального маркетинга; проводит оценку эффективности инструментов маркетинга.

Объем дисциплины: Учебная дисциплина Б1.В.14 «Маркетинг территорий» принадлежит к блоку вариативной части базовых дисциплин. В соответствии с Учебным планом, по очной форме обучения дисциплина осваивается на 3 курсе в 5 семестре , по заочной форме обучения дисциплина осваивается на 3 курсе в 5 семестре, общая трудоемкость дисциплины в зачетных единицах составляет 4 ЗЕ (144 часов).

Освоение дисциплины опирается на минимально необходимый объем теоретических знаний в области экономики, психологии, государственного управления, политологии, юриспруденции, документоведения, а также на приобретенные ранее умения и навыки в сфере государственного и муниципального управления, экономической теории, социологии организации, управления человеческими ресурсами. Знания и навыки, получаемые студентами в результате изучения дисциплины, необходимы им в профессиональной деятельности для формирования благоприятной инвестиционной среды, эффективной инфраструктуры для бизнеса, привлечения на территорию инвестиционных ресурсов, что в целом будет способствовать развитию бизнеса в регионе и повышению качества удовлетворения потребностей населения.

Учебная дисциплина Б1.В.14 «Маркетинг территорий» реализуется после изучения: Б1.0.05 «Социология», Б1.0.15 «Прогнозирование и планирование», Б1.В.07 Экология.

По очной форме обучения количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем (по видам учебных занятий) – 48 часов (16 часов лекций, 32 часа практических занятий), на самостоятельную работу обучающихся – 58 часов.

По заочной форме обучения количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем (по видам учебных занятий) – 28 часов (10 часов лекций, 18 часов практических занятий), на самостоятельную работу обучающихся – 78 часов.

Структура дисциплины: Тема 1. Введение. Тема 2. Тема 3. Планирование в маркетинге территории Тема 4. Маркетинг страны Тема 5. Маркетинг региона Тема 6. Маркетинг города Тема 7. Маркетинг места Тема 8. Маркетинг личности Тема 9. Оценка конкурентоспособности территории

Форма промежуточной аттестации: зачет по вопросам билета

Основная литература

1. Маркетинг территорий : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03593-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469045>

2. Маркетинг территорий : учебник для вузов / А. А. Угрюмова [и др.] ;

под общей редакцией А. А. Угрюмовой, М. В. Савельевой, Е. В. Ерохиной. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 446 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5- 534-14967-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515029> (дата обращения: 28.05.2023).