

Аннотация дисциплины (модуля)

Маркетинг территорий
(наименование дисциплины (модуля))

Направление подготовки (специальность): 38.03.04 Государственное и муниципальное
управление
(код, наименование без кавычек)

ОПОП: Государственная и муниципальная служба
(наименование)

Форма освоения ОПОП: очная, очно-заочная, заочная
(очная, очно-заочная, заочная)

Общая трудоемкость: 2 (з.е.)

Всего учебных часов: 72 (ак. час.)

Формы промежуточной аттестации	СЕМЕСТР		
	очная	очно-заочная	заочная
Зачет	7	8	8

Москва

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины	формирование современного экономического мышления, четкого представления о роли и особенностях территориального маркетинга в системе рыночной экономики, изучение особенностей маркетинга территорий и его составляющих.
Задачи дисциплины	- приобретение системных знаний о целях, методах и объектах исследований для информационного обеспечения маркетинга; - формирование представления о территории как объекте управления; - формирование четкого представления о маркетинге как о концепции управления территорией; - изучение технологий и методов маркетингового планирования и продвижения территорий; - формирование умения использовать методы оценки информации, выявления проблем развития территории и выбора оптимальных вариантов их решения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Блок 1 «Дисциплины (модули)»	
Дисциплины и практики, знания и умения по которым необходимы как "входные" при изучении данной дисциплины	Государственная и муниципальная служба Прогнозирование и планирование Социология Управление проектами
Дисциплины, практики, ГИА, для которых изучение данной дисциплины необходимо как предшествующее	Принятие и исполнение государственных решений Связи с общественностью в органах власти

3. Структура и содержание дисциплины

Тематический план дисциплины

№	Название темы
1.	Понятия, сущность, теоретические основы маркетинга территории
2.	Территориальный маркетинг: виды, инструменты и механизмы территориального маркетинга
3.	Маркетинговые стратегии и управление имиджем территории
4.	Маркетинг страны, региона, города
5.	Город и урбанизация
6.	Подходы к формированию и развитию регионального маркетинга
7.	Формирование маркетингоориентированного механизма управления территорией
8.	Формирование концепции и принципов маркетингоориентированного механизма управления территорией
9.	Внедрение территориального маркетинга, особенности территориальной службы маркетинга, опыт применения маркетинга территорий в системе государственного и муниципального управления
10.	Управление продвижением территории

4. Ресурсное обеспечение дисциплины

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства	<ol style="list-style-type: none"> 1. Microsoft Windows (лицензионное программное обеспечение) 2. Microsoft Office (лицензионное программное обеспечение) 3. Google Chrome (свободно-распространяемое программное обеспечение) 4. Браузер Спутник (свободно-распространяемое программное обеспечение отечественного производства) 5. Kaspersky Endpoint Security (лицензионное программное обеспечение) 6. «Антиплагиат.ВУЗ» (лицензионное программное обеспечение)
Современные профессиональные базы данных	<ol style="list-style-type: none"> 1. Консультант+ (лицензионное программное обеспечение отечественного производства) 2. http://www.garant.ru (ресурсы открытого доступа)
Информационные справочные системы	<ol style="list-style-type: none"> 1. https://elibrary.ru - Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (ресурсы открытого доступа) 2. https://www.rsl.ru - Российская Государственная Библиотека (ресурсы открытого доступа) 3. https://link.springer.com - Международная реферативная база данных научных изданий Springerlink (ресурсы открытого доступа) 4. https://zbmath.org - Международная реферативная база данных научных изданий zbMATH (ресурсы открытого доступа)
Интернет-ресурсы	<ol style="list-style-type: none"> 1. http://window.edu.ru - Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" 2. https://openedu.ru - «Национальная платформа открытого образования» (ресурсы открытого доступа) 3. https://rosstat.gov.ru/ – Федеральная служба государственной статистики 4. http://www.budgetrf.ru – Мониторинг экономических показателей 5. http://www.marketingandresearch.ru - Электронная библиотека Grebennikon 6. www.government.ru – Официальный сайт Правительства Российской Федерации
Материально-техническое обеспечение	<p>Учебные аудитории для проведения:</p> <p>занятий лекционного типа, обеспеченные наборами демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.</p>

5. Учебно-методические материалы

№	Автор	Название	Издательство	Год издания	Вид издания	Кол-во в библиотеке	Адрес электронного ресурса	Вид доступа
1	2	3	4	5	6	7	8	9
5.1 Основная литература								
5.1.1	Позднякова Ж.С. Алферова Л.В.	Маркетинг территорий	Южно-Уральский институт управления и экономики, Ай Пи Эр Медиа	2019	учебное пособие	-	http://www.iprbookshop.ru/81483.html	по логину и паролю

5.1.2	Эриашвили Н.Д. Коротков А.В. Синяева И.М. Болдырева Т.В. Замедлина Е.А. Маслова В.М. Соскин Я.Г.	Управление маркетингом	ЮНИТИ-ДАНА	2017	учебное пособие	-	http://www.iprbookshop.ru/71205.html	по логину и паролю
5.1.3	Гареев Т.Р.	Основы международного маркетинга	Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта	2009	учебное пособие	-	http://www.iprbookshop.ru/3165.html	по логину и паролю
5.2 Дополнительная литература								
5.2.1	Соколова Н.Г.	Качество жизни населения города в маркетинге территории	LAP LAMBERT Academic Publishing	2013	монография	-	http://www.iprbookshop.ru/54501.html	по логину и паролю
5.2.2	сост. Званцев В.В. Ногина О.Н.	Краевое государственное бюджетное учреждение «Дирекция по особо охраняемым природным территориям Красноярского края». Основы организации и функционирования. Результаты практического опыта	Всемирный фонд дикой природы (WWF)	2011	инструктивно-методическое издание	-	http://www.iprbookshop.ru/13471.html	по логину и паролю
5.2.3	Зальцман Э.Б.	Поселения культуры шнуrowой керамики на территории Юго-Восточной Прибалтики	Институт Археологии РАН	2010	монография	-	http://www.iprbookshop.ru/11486.html	по логину и паролю