

## 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"> <li>1. Microsoft Windows (лицензионное программное обеспечение)</li> <li>2. Microsoft Office (лицензионное программное обеспечение)</li> <li>3. Google Chrome (свободно-распространяемое программное обеспечение)</li> <li>4. Браузер Спутник (свободно-распространяемое программное обеспечение отечественного производства)</li> <li>5. Kaspersky Endpoint Security (лицензионное программное обеспечение)</li> <li>6. «Антиплагиат.ВУЗ» (лицензионное программное обеспечение)</li> </ol>
Современные профессиональные базы данных	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Консультант+ (лицензионное программное обеспечение отечественного производства)</li> <li>2. <a href="http://www.garant.ru">http://www.garant.ru</a> (ресурсы открытого доступа)</li> </ol>
Информационные справочные системы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <a href="https://elibrary.ru">https://elibrary.ru</a> - Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (ресурсы открытого доступа)</li> <li>2. <a href="https://www.rsl.ru">https://www.rsl.ru</a> - Российская Государственная Библиотека (ресурсы открытого доступа)</li> <li>3. <a href="https://link.springer.com">https://link.springer.com</a> - Международная реферативная база данных научных изданий Springerlink (ресурсы открытого доступа)</li> <li>4. <a href="https://zbmath.org">https://zbmath.org</a> - Международная реферативная база данных научных изданий zbMATH (ресурсы открытого доступа)</li> </ol>
Интернет-ресурсы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <a href="http://window.edu.ru">http://window.edu.ru</a> - Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам"</li> <li>2. <a href="https://openedu.ru">https://openedu.ru</a> - «Национальная платформа открытого образования» (ресурсы открытого доступа)</li> <li>3. <a href="https://rosstat.gov.ru/">https://rosstat.gov.ru/</a> – Федеральная служба государственной статистики</li> <li>4. <a href="http://www.budgetrf.ru">http://www.budgetrf.ru</a> – Мониторинг экономических показателей</li> <li>5. <a href="http://www.marketingandresearch.ru">http://www.marketingandresearch.ru</a> - Электронная библиотека Grebennikon</li> <li>6. <a href="http://www.government.ru">www.government.ru</a> – Официальный сайт Правительства Российской Федерации</li> </ol>
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	-	<a href="http://www.iprbookshop.ru/81483.html">http://www.iprbookshop.ru/81483.html</a>	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	-	<a href="http://www.iprbookshop.ru/71205.html">http://www.iprbookshop.ru/71205.html</a>	по логину и паролю
5.1.3	Гареев Т.Р.	Основы международного маркетинга	Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта	2009	учебное пособие	-	<a href="http://www.iprbookshop.ru/3165.html">http://www.iprbookshop.ru/3165.html</a>	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	-	<a href="http://www.iprbookshop.ru/54501.html">http://www.iprbookshop.ru/54501.html</a>	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	-	<a href="http://www.iprbookshop.ru/13471.html">http://www.iprbookshop.ru/13471.html</a>	по логину и паролю
5.2.3	Зальцман Э.Б.	Поселения культуры шнуровой керамики на территории Юго-Восточной Прибалтики	Институт Археологии РАН	2010	монография	-	<a href="http://www.iprbookshop.ru/11486.html">http://www.iprbookshop.ru/11486.html</a>	по логину и паролю