

**Аннотация**  
**рабочей программы дисциплины**  
**«Маркетинг территорий»**  
**направление подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление**  
**направленность (профиль) «Государственное и муниципальное управление»**

Цель изучения дисциплины	Целью освоения дисциплины: обеспечить студентов необходимыми знаниями о маркетинге территорий, его специфике, тенденциях и перспективах развития, обучить конкретным инструментам управления спросом на территорию для различных целевых аудиторий, сформировать навыки использования полученных знаний для выполнения профессиональных функций в сфере государственного и муниципального управления.		
Место дисциплины в учебном плане	Б1.В.16		
Общая трудоемкость дисциплины з.е/ часов	2/72		
Семестр	8		
Формируемые компетенции	<b>ПК-5</b> - Способен участвовать в разработке и реализации проектов в области государственного и муниципального управления	ПК-5.1. Знает методологические и организационные аспекты процесса проектирования и планирования на всех уровнях управления; ПК-5.2. Умеет осуществлять сбор и анализ информации, необходимой для принятия обоснованных решений в профессиональной сфере; ПК-5.3. Владеет методологией прогнозирования и планирования социально-экономического развития территории	
	<b>ПК-6</b> -Способен разрабатывать социально-экономические проекты (программы развития), оценивать экономические, социальные, политические условия и последствия реализации государственных (муниципальных) программ	ПК-6.1. Умеет анализировать социально-экономическое развитие территорий, определять содержание проблем и обосновывать необходимость их решения программными методами; ПК-6.4. Владеет методами оценки экономических, социальных, политических условий и последствий реализации государственных (муниципальных) программ	
Знания, умения и навыки, получаемые в результате освоения дисциплины	<p><b>Знать:</b>          методологические и организационные аспекты процесса проектирования и планирования на всех уровнях управления; теоретические и методические аспекты системы маркетинга и организации территорий, позволяющие осмысливать современный механизм управления устойчивым развитием территорий на разных уровнях в условиях конкуренции.</p> <p><b>Уметь:</b>          осуществлять сбор и анализ информации, необходимой для принятия обоснованных решений в профессиональной сфере; анализировать социально-экономическое развитие территорий, определять содержание проблем и обосновывать необходимость их решения программными методами.</p> <p><b>Владеть:</b>          навыками прогнозирования и планирования социально-экономического развития территории; навыками оценки экономических, социальных, политических условий и последствий реализации государственных (муниципальных) программ.</p>		

Содержание дисциплины	Введение в курс «Маркетинг территорий». Теоретические основы маркетинга территорий. Комплекс средств маркетинга территорий. Маркетинговая среда. Стратегический менеджмент и маркетинг территорий. Имидж и бренд территории. Маркетинговый подход к доходам территории. Управление процессом маркетинга территорий. Маркетинг страны.
Виды учебной работы	Лекции, практические, самостоятельная работа.
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
<p><i><b>а) основная литература</b></i></p> <p>1. Бизнес-планирование : учебник / под ред. проф. Т.Г. Попадюк, проф. В.Я. Горфинкеля. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2019. — 296 с. - ISBN 978-5-9558-0270-1. - Текст : электронный. - URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/1003291">https://znanium.com/catalog/product/1003291</a></p> <p>2. Волков, А. С. Бизнес-планирование : учеб. пособие / А.С. Волков, А.Л. Марченко. - М.: РИОР: ИНФРА-М, 2018. - 81с. -(ВО: Бакалавриат). - DOI: <a href="https://doi.org/10.12737/14621">https://doi.org/10.12737/14621</a>. - ISBN 978-5-369-00732-7. - Текст : электронный. - URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/927431">https://znanium.com/catalog/product/927431</a>.</p> <p>3. Дубровин, И. А. Бизнес-планирование на предприятии / Дубровин И.А., - 2-е изд. - Москва :Дашков и К, 2017. - 432 с.: ISBN 978-5-394-02658-4. - Текст : электронный. - URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/411352">https://znanium.com/catalog/product/411352</a>.</p>	
<p><i><b>б) дополнительная учебная литература</b></i></p> <p>1. Зимин, А. Ф. Экономика предприятия: Учебное пособие / А.Ф. Зимин, В.М. Тимирьянова. - М.: ИД ФОРУМ: ИНФРА-М, 2018. - 288 с.: ил.; - (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0500-5. - Текст : электронный. - URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/918473">https://znanium.com/catalog/product/918473</a>.</p> <p>2. Карпович, О. Г. Финансовый менеджмент : учебник для бакалавров / О. Г. Карпович, А. Е. Сутлобов, Б. Т. Жарылгасова ; под ред. проф. О. Г. Карповича. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. — 396 с. - ISBN 978-5-394-02900-4. - Текст : электронный. - URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/1449829">https://znanium.com/catalog/product/1449829</a>.</p> <p>3. Трошин, А. Н. Финансовый менеджмент : учебник / А.Н. Трошин. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 331 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005734-7. - Текст : электронный. - URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/920546">https://znanium.com/catalog/product/920546</a>.</p> <p>4. Чараева, М. В. Инвестиционное бизнес-планирование : учебное пособие/ М.В. Чараева, Г.М. Лапицкая, Н. В. Крашенникова. — Москва : Альфа-М : ИНФРА-М, 2019. - 176 с.: ил. - ISBN 978-5-98281-370-1. - Текст : электронный. - URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/1026028">https://znanium.com/catalog/product/1026028</a>.</p> <p>5. Чараева, М. В. Инвестиционное бизнес-планирование : учебное пособие/ М.В. Чараева, Г.М. Лапицкая, Н. В. Крашенникова. — Москва : Альфа-М : ИНФРА-М, 2019. - 176 с.: ил. - ISBN 978-5-98281-370-1. - Текст : электронный. - URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/1026028">https://znanium.com/catalog/product/1026028</a>.</p>	
Форма промежуточной аттестации	8 семестр - зачет.