

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ «Маркетинг территорий»

по основной профессиональной образовательной программе по направлению подготовки
38.03.04 «Государственное и муниципальное управление» (уровень прикладного бакалавриата)

Направленность (профиль): Государственное и муниципальное управление на региональном уровне

Общий объем дисциплины – 3 з.е. (108 часов)

Форма промежуточной аттестации – Зачет.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

- ПК-11: владением основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения;
- ПК-6: владением навыками количественного и качественного анализа при оценке состояния экономической, социальной, политической среды, деятельности органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, государственных и муниципальных, предприятий и учреждений, политических партий, общественно-политических, коммерческих и некоммерческих организаций;

Содержание дисциплины:

Дисциплина «Маркетинг территорий» включает в себя следующие разделы:

Форма обучения заочная. Семестр 9.

1. Социально-экономическая сущность маркетинга территорий {дискуссия}. 1.1. Сущность маркетинга территорий.

1.2. Субъекты территориального маркетинга.

1.3. Цели, задачи, принципы, функции маркетинга, экономический смысл маркетинга территорий..

2. Разработка элементов комплекса маркетинга территорий {беседа}. 2.1. Комплекс маркетинга территорий.

2.2. Маркетинговая среда территории.

2.1. Комплекс маркетинга территорий.

Разработал:

доцент

кафедры М

Проверил:

Директор ИЭиУ

Н.В. Биттер

И.Н. Сычева