

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ИНГУШСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

Б1.В.01 Маркетинг территорий

Направление подготовки бакалавриата

38.03.04 Государственное и муниципальное управление

1.	Целью изучения дисциплины (модуля) <u>Б1.В.01 «Маркетинг территорий»</u> является дать обучающимся такой объем знания и практических навыков, которые позволят им учитывать влияние маркетинга на принятие управленческих решений и осуществлять эффективное управление маркетингом в соответствии с современными международными требованиями к данному виду деятельности.		
2.	Место дисциплины в структуре ОПОП ВО. Дисциплина «Маркетинг территорий» относится к дисциплинам вариативной части Блока 1 учебного плана. В соответствии с учебным планом период обучения по дисциплине – 6-й семестр. Дисциплина «Маркетинг территорий» в силу занимаемого ей места в ФГОС ВО, ОПОП ВО и учебном плане по направлению подготовки Направление 38.03.04 Государственное и муниципальное управление предполагает взаимосвязь с другими изучаемыми дисциплинами.		
3.	Результаты освоения дисциплины (модуля) <u>Б1.В.01 «Маркетинг территорий»</u>		
	Код и наименование компетенции	Индикаторы	Дескрипторы

	УК-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	УК-8.И-1. Применяет теоретические и практические знания и навыки для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности в бытовой и профессиональной сферах	УК-8.И-1.3-1. Знает основные положения концепции устойчивого развития общества УК-8.И-1.3-2. Знает основы экологии и техники безопасности УК-8.И-1.У-1. Умеет обеспечивать безопасные и/или комфортные условия жизнедеятельности
	ПК-3 Использует современные методы проектного управления в системе государственной и муниципальной службы; проводит анализ и оценивает условия и последствия реализации проектов и программ	ПК-3.И-1: Способен использовать современные методы проектного управления в системе государственной и муниципальной службы	И-1.3-1 Знает необходимые для осуществления проектной деятельности правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения в системе государственной и муниципальной службы И-1.У-1 Умеет анализировать современные методы проектного управления в системе государственной и муниципальной службы для достижения намеченных результатов
		ПК-3.2: Способен проводить и оценивать условия и последствия реализации проектов и программ	И-2.3-1 Знает целевые этапы и основные направления работ, условия и последствия реализации проектов и программ И-2.У-1 Умеет проводить и оценивать условия и последствия реализации проектов и программ
4.	Структура и содержание дисциплины		
	4.1. Структура дисциплины		
	Вид учебной работы	Всего	Порядковый номер семестра
	Общая трудоемкость дисциплины всего (в з.е.), в том числе:	4 з.е.	
	Курсовой проект (работа)	не предусмотрено	
	Аудиторные занятия всего		

(в акад. часах), в том числе:					
Лекции	34				34
Практические занятия, семинары	34				34
Лабораторные работы					
Самостоятельная работа всего (в акад. часах), в том числе:	76				76
КСР					
зачет					
Общая трудоемкость дисциплины	144				144
4.2. Содержание дисциплины					
<p>Тема 1. Маркетинг территорий: понятие и сущность Сущность маркетинга территорий Территориальный продукт Понятие маркетинговой среды Внутренняя среда территории Внешняя среда территории</p> <p>Тема 2. Субъекты территориального маркетинга Сущность территориального маркетинга Общее и отличия «территориального маркетинга» и «маркетинга территорий» Основные субъекты территориального маркетинга</p> <p>Тема 3. Процессы сегментации и дифференциации применительно к маркетингу страны Понятие и сущность сегментации Основные принципы сегментации Процессы дифференциации применительно к маркетингу страны</p> <p>Тема 4. Повышение конкурентоспособности страны Понятие конкуренции и конкурентоспособности Сущность конкурентоспособности Задачи повышения конкурентоспособности страны</p> <p>Тема 5. Сегментирование рынка региона Сегментация региона Общие подходы к микросегментации в территориальном маркетинге Привлекательность рыночных сегментов Позиционирование в территориальном маркетинге</p> <p>Тема 6. Конкурентоспособность и инвестиционная привлекательность региона Конкурентоспособность региона Внутренние и внешние конкурентные преимущества территории Инвестиционная привлекательность региона</p> <p>Тема 7. Позиционирование регионов Понятие позиционирования Бренд Официальные и неофициальные символы территории</p> <p>Тема 8. Роль городов в системе территориальных образований Информация и индикаторы состояния городов Рейтинги городов Стоимость жизни в городах Роль городов в системе территориальных образований</p> <p>Тема 9. Маркетинговые стратегии городов и планирование городского развития Стратегия развития города Концепция ключевых факторов успеха (ключевых компетенций) городов и территорий Схема пошагового процесса стратегического планирования развития города</p> <p>Тема 10. Город и маркетинговые коммуникации Городская символика.</p>					

	Городской герб Городские награды Регулирование рекламной активности в городе
5.	Образовательные технологии Образовательный процесс по дисциплине организован в форме учебных занятий (контактная работа (аудиторной и внеаудиторной) обучающихся с преподавателем и самостоятельная работа обучающихся). Учебные занятия представлены следующими видами, включая учебные занятия, направленные на проведение текущего контроля успеваемости: <ul style="list-style-type: none"> • лекции (занятия лекционного типа); • семинары, практические занятия (занятия семинарского типа); • групповые консультации; • индивидуальные консультации и иные учебные занятия, предусматривающие индивидуальную работу преподавателя с обучающимся; • самостоятельная работа обучающихся; • проведение деловых игр; • занятия иных видов.
6.	Используемые ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Internet»; информационные технологии, программные средства и информационно-справочные системы <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>e-Library.ru [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека. – URL: http://elibrary.ru/</i> 2. <i>Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» [Электронный ресурс]. – URL: http://cyberleninka.ru/</i> 3. <i>Портал психологических изданий PsyJournals.ru http://psyjournals.ru/index.shtml</i> 4. <i>Электронный психологический журнал «Психологические исследования» http://psystudy.ru/</i> 5. <i>Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» [Электронный ресурс]. – URL: http://biblioclub.ru/index.php – Доступ к системе согласно правилам ЭБС и договором университета с ЭБС.</i> 6. <i>Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. – URL: http://www.iprbookshop.ru/ – Доступ к системе согласно правилам ЭБС и договором университета с ЭБС.</i>
7.	Формы текущего контроля Коллоквиумы и тесты по разделам дисциплины Подготовка к практическим занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой
8.	Форма промежуточного контроля
	зачет

Разработчик: к.э.н., доцент кафедры Менеджмент Аушева З.Г.