

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Маркетинг территорий»
Направление подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное
управление
Образовательная программа «Цифровые технологии в государственном и
муниципальном управлении»
Отделение социально-экономических наук (О)

Цель дисциплины – формирование у студентов теоретических знаний в области маркетинга территорий, умений и навыков в применении комплекса маркетинга территории на практике с целью повышения эффективности территориального управления и укрепления конкурентоспособности муниципальных образований, регионов, страны.

Задачи дисциплины:

- ознакомление с теорией маркетинга территории;
- ознакомление с особенностями внешней и внутренней среды территории, изучение комплекса классических маркетинговых средств;
- изучение механизмов сегментации рынка, позиционирования и дифференциации территории;
- ознакомление с деловыми стратегиями территории, методами маркетинга территорий, методами развития и стратегиями улучшения территорий;
- изучение механизмов формирования и продвижения имиджа территории, ознакомление с особенностями брендинга в государственном секторе.

Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина реализуется в рамках части, формируемой участниками образовательных отношений, относится к профессиональному модулю, изучается на 2 курсе в 3 семестре.

Общая трудоемкость дисциплины:

4 зачетных единицы

Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:

ПК-5 - Способен к системному анализу эффективности и конкурентоспособности технологий и продукции, включая ядерные и цифровые технологии, на глобальных рынках

ПК-6 - Способен систематизировать и обобщать информацию, готовить предложения по совершенствованию системы государственного и муниципального управления

Индикаторы достижения компетенций:

З-ПК-5 Знать: теорию управления, английский язык

У-ПК-5 Уметь: описывать бизнес-процессы, проводить презентации, создавать учебно-методические материалы, управлять проектами

В-ПК-5 Владеть навыками: определения потребностей и интересов потенциальных клиентов, проведения экономических расчетов окупаемости предложенного варианта черновой концепции, описания состояния аналитических работ в формате отчета

З-ПК-6 Знать: методики оценки деятельности в соответствии с разработанными показателями; сбор, анализ, систематизация, хранение и поддержание в актуальном состоянии информации бизнес-анализа

У-ПК-6 Уметь: представлять информацию бизнес-анализа различными способами и в различных форматах для обсуждения с заинтересованными сторонами; применять информационные технологии в объеме, необходимом для целей бизнес-анализа; анализировать внутренние (внешние) факторы и условия, влияющие на деятельность организации

В-ПК-6 Владеть навыками: оценка текущего состояния организации; выявление, анализ и оценка несоответствия между параметрами текущего и будущего состояний организации; оценка бизнес-возможностей организации, необходимых для проведения стратегических изменений в организации

Форма итогового контроля:

Экзамен.