

Аннотация к рабочей программе по дисциплине «Маркетинг территории»

1. Цели освоения дисциплины

Целью 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.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Б1.В.17

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций по данному направлению:

ПК-11 - владением основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения;

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

знать:

теоретические основы маркетинга; системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации; модель покупательского поведения; методы разработки, распространения и продвижения товаров и услуг; основы и направления формирования социально-ответственного маркетинга и маркетинга территорий;

уметь:

применять знания в решении конкретных проблем в практической профессиональной деятельности

иметь навыки и (или) опыт деятельности:

практическими навыками по разработке и реализации маркетинговых стратегий методами проведения маркетинговых исследований

4. Общая трудоемкость дисциплины

108(в часах) 3 з.е.

5. Формы контроля

зачет (6 семестр)