

**Аннотация рабочей программы дисциплины «Муниципальный маркетинг» для направления подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление. Направленность (профиль) образовательной программы - Региональное и муниципальное управление**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины**

**Цель изучения дисциплины:**

формирование компетенций, необходимых для успешного применения методологических и методических основ муниципального маркетинга как системообразующей управленческой концепции, с одной стороны, и как функции управления территорией, с другой стороны

**Задачи изучения дисциплины:**

- \* обучение современным подходам, формам и методам маркетинговой работы в процессе управления муниципальным образованием;
- \* расширение представлений о современных территориальных маркетинговых инструментах, применяемых в России и за рубежом;
- \* получение навыков в формировании таких стратегических для территории решений, как позиционирование;
- \* освоение маркетинговых коммуникаций как важнейшей основы продвижения территорий;
- \* обучение студентов методам профессиональной оценки альтернативных вариантов маркетинговых решений.

**2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и индикаторы их достижения**

2.1 Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
ПК-1 Способен планировать, организовывать деятельность по разработке мер и мероприятий в сфере регулирования экономики и экономического развития региона, муниципального образования	<p>ИД-1ПК-1 Знать: закономерности социально-экономического развития региона, муниципального образования; социально-экономические показатели, характеризующие развитие региона, муниципального образования; механизмы, методы и инструменты регулирования экономики и экономического развития региона, муниципального образования;</p> <p>ИД-2ПК-1 Уметь: выявлять тенденции социально-экономического развития региона; подбирать на основании анализа наиболее эффективные механизмы, методы и инструменты регулирования экономики и экономического развития региона, муниципального образования;</p> <p>ИД-3ПК-1 Владеть: навыками сбора, расчета и анализа социально-экономических показателей; применения методов и инструментов качественного и количественного анализа социально-экономического развития региона, муниципального образования; планирования и организации деятельности по разработке мер и мероприятий в сфере регулирования экономики и экономического развития региона, муниципального образования.</p>

--	--

### **3. Содержание дисциплины**

#### Теоретические аспекты

муниципального маркетинга, его роль в социально-экономическом развитии муниципального образования. Разработка элементов комплекса муниципального маркетинга. Маркетинговая среда. Параметры социально-экономического состояния территории.. Информационное обеспечение

маркетинговой деятельности

муниципального образования.. Маркетинг территорий как инструмент регулирования и социально-экономического развития муниципального образования. Управление имиджем и брендом

муниципального образования.. Маркетинговый анализ и стратегии развития муниципального образования.