

Аннотация рабочей программы дисциплины «Региональный 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 регионального маркетинга как системообразующей управленческой концепции, с одной стороны, и как функции управления регионом, с другой стороны.

Задачи изучения дисциплины:

- * обучение современным подходам, формам и методам маркетинговой работы в процессе управления регионом;
- * 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

регионального маркетинга, его роль в социально-экономическом развитии региона.

Разработка элементов комплекса регионального маркетинга. Маркетинговая среда.

Параметры

социально-экономического состояния территории.. Информационное обеспечение

маркетинговой деятельности

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

Маркетинговый анализ и стратегии развития региона.