

**Аннотация рабочей программы дисциплины «Муниципальный маркетинг»
для направления подготовки: 38.04.04 Государственное и муниципальное
управление**

**Направленность (профиль) «Региональное и муниципальное управление»
образовательной программы**

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины: формирование компетенций, направленных на получение прочных знаний методологических и методических основ муниципального маркетинга как системообразующей управленческой концепции, с одной стороны, и как функции управления территорией, с другой стороны.

Задачи 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

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	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; 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; 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.

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.