



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Аннотация рабочей программы дисциплины "Маркетинг территории" по направлению подготовки  
(специальности) "ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ" направленности  
(профилю) Муниципальное управление ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

стр. 1 из 3

**Аннотация рабочей программы дисциплины (модуля)**  
**Маркетинг территории**

Направление подготовки (специальность)

38.03.04 ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Направленность (профиль)

Муниципальное управление

Присваиваемая квалификация (степень)

бакалавр

Форма обучения

заочная

Челябинск 2016 г.

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины «Маркетинг территории» - формирование у студентов теоретических знаний в области территориального маркетинга, формирование навыков и умений в применении территориального маркетинга на практике с целью повышения эффективности территориального управления.

Задачи дисциплины:

- знать общие основы управления территорией с позиции территориального маркетинга;
- формулировать и корректировать цели, задачи, видение, соответствующие специфике внешней и внутренней среды территории;
- координировать усилия всех субъектов территориального маркетинга;
- выбирать наиболее оптимальные процессы и методы управления по развитию комплекса средств (инструментов) территориального маркетинга;
- разрабатывать и применять необходимые механизмы для решения конкретных задач в области сегментации рынка и позиционирования территории;
- иметь представление о мотивах выбора территории, критериях предпочтения территории для разных групп потребителей;
- выявлять и развивать конкурентные преимущества территории;
- владеть специфическими знаниями и умениями в области формирования и выбора деловых и функциональных стратегий развития территории.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Цикл (раздел) ОПОП:

Б1.В.1.07

### 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

#### ПК-4: способность проводить оценку инвестиционных проектов при различных условиях инвестирования и финансирования

**Знать:**

основные понятия, функции и принципы маркетинга территорий как современного подхода к повышению эффективности территориального управления.

**Уметь:**

организовывать и проводить маркетинговые исследования рынка, обрабатывать и анализировать полученные результаты.

**Владеть:**

навыками количественного и качественного анализа при оценке состояния экономической, социальной, политической среды.

#### ПК-12: способность разрабатывать социально-экономические проекты (программы развития), оценивать экономические, социальные, политические условия и последствия реализации государственных (муниципальных) программ

**Знать:**

различные источники информации, информационные ресурсы и технологии сбора, обработки и анализа маркетинговой информации при оценке состояния экономической, социальной, политической среды, деятельности органов власти, государственных и муниципальных, предприятий и учреждений, политических партий, общественно-политических, коммерческих и некоммерческих организаций.

**Уметь:**

выбирать методику проведения маркетингового анализа при оценке состояния экономической, социальной, политической среды, деятельности органов власти, государственных и муниципальных, предприятий и учреждений, политических партий, общественно-политических, коммерческих и некоммерческих организаций.

**Владеть:**

навыками количественного и качественного анализа при оценке состояния предприятий и учреждений, политических партий, общественно-политических, коммерческих и некоммерческих организаций.

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость		<b>3 ЗЕТ</b>
Часов по учебному плану	: 108	Виды контроля на курсах:  экзамены 4
в том числе	:	
аудиторные занятия	: 6	
самостоятельная работа	: 93	
часов на контроль	: 9	