



Аннотация рабочей программы дисциплины (модуля)
Маркетинг в системе государственного и муниципального управления

Направление подготовки (специальность)

38.03.04 ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Направленность (профиль)

Муниципальное управление

Присваиваемая квалификация (степень)

бакалавр

Форма обучения

заочная

Челябинск 2019 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины "Маркетинг в системе государственного и муниципального управления" по направлению подготовки (специальности) "ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ" направленности (профилю) Муниципальное управление ФГБОУ ВО «ЧелГУ»	стр. 2 из 3
---	-------------

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины - дать всестороннее представление об основных понятиях маркетинга, используемых в государственном и муниципальном управлении и сформировать у студентов системы знаний, умений и навыков их использования при решении тактических и стратегических задач социально-экономического развития государства, связанных с формированием гражданского общества, повышением уровня жизни населения и формированием условий развития современной экономики.

Основные задачи дисциплины:

- изучить сущность, цели, основные принципы, функции маркетинга в системе государственного и муниципального управления;

- сформировать способность свободно ориентироваться в маркетинге государственного и муниципального управления и правильно их применять при решении конкретных задач, вытекающих из практики управленческих отношений;

- научить идентифицировать факторы маркетинговой среды государства, региона, муниципального образования и проводить анализ с помощью различных методов методик;

- сформировать практические умения и навыки в области анализа и количественной и качественной оценки управленческих ситуаций подготовки, принятия управленческих решений и разработки механизмов и технологий их реализации;

- обучить основным формам организации маркетинга и принципам управления маркетинговой деятельностью в системе государственного и муниципального управления;

- дать знания о российской и зарубежной практике внедрения маркетинга в государственном и муниципальном управлении;

- сформировать умения и навыки разрабатывать маркетинговые планы, увязывать их с вопросами бюджетирования маркетинговой деятельности, а также осуществлять контроль маркетинга государственного и муниципального управления.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Цикл (раздел) ОПОП:	Б1.В.1.ДВ.10.02
---------------------	-----------------

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

ОПК-4: способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации

Знать:

главные требования к организации публичных выступлений; основы осуществления и проведения деловых переписок; последовательность и этапы проведения совещаний; основы делового общения, принципы и методы организации деловых коммуникаций.- сущность маркетинга, его цели, задачи, основные понятия, концепции, принципы и функции;

Уметь:

осуществлять поиск необходимой информации, воспринимать, анализировать, обобщать и систематизировать полученную информацию; организовывать и проводить публичные выступления; организовывать переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникации.

Владеть:

инструментами маркетинга в сфере государственного и муниципального управления; методами проведения переговоров, организации публичных выступлений; методами анализа, способами получения и обобщения информации; навыками деловых коммуникаций.

ПК-6: владение навыками количественного и качественного анализа при оценке состояния экономической, социальной, политической среды, деятельности органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, государственных и муниципальных, предприятий и учреждений, политических партий, общественно-политических, коммерческих и некоммерческих организаций

Знать:

количественные и качественные методы анализа среды, процессов в деятельности органов государственной и муниципальной власти и институтов гражданского общества в Российской Федерации; параметры анализа систем и процессов; методы исследования систем и процессов; методологии и методику применения количественных и качественных методов анализа к оценке состояния экономической, социальной, политической среды; показатели состояния экономической, социальной, политической среды органов государственного и муниципального

<p>Аннотация рабочей программы дисциплины "Маркетинг в системе государственного и муниципального управления" по направлению подготовки (специальности) "ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ" направленности (профилю) Муниципальное управление ФГБОУ ВО «ЧелГУ»</p>	<p>стр. 3 из 3</p>
<p>управления, государственных и муниципальных предприятий, политических партий, общественно-политических, коммерческих и некоммерческих организаций.</p>	
<p>Уметь:</p>	
<p>выявлять влияние внешней среды на систему и оценивать состояние системы государственного и муниципального управления; проводить исследование систем и обрабатывать информацию о деятельности органов государственной и муниципальной власти и институтов гражданского общества на основании системного, ситуационного и функционального подходов; развивать способность осваивать новые методы исследования и дополнительные формы практической деятельности в сфере государственного и муниципального управления.</p>	
<p>Владеть:</p>	
<p>навыками работы с правовыми документами и экономической информацией; экономическими методами анализа поведения потребителей, производителей, собственников ресурсов и государства.</p>	

<p style="text-align: center;">4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</p>																
<p>Общая трудоемкость</p>	<p>2 ЗЕТ</p>															
<table border="0"> <tr> <td>Часов по учебному плану</td> <td>:</td> <td>72</td> </tr> <tr> <td> в том числе</td> <td>:</td> <td></td> </tr> <tr> <td> аудиторные занятия</td> <td>:</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td> самостоятельная работа</td> <td>:</td> <td>62</td> </tr> <tr> <td>часов на контроль</td> <td>:</td> <td>4</td> </tr> </table>	Часов по учебному плану	:	72	в том числе	:		аудиторные занятия	:	6	самостоятельная работа	:	62	часов на контроль	:	4	<p>Виды контроля на курсах:</p> <p>зачеты 4</p>
Часов по учебному плану	:	72														
в том числе	:															
аудиторные занятия	:	6														
самостоятельная работа	:	62														
часов на контроль	:	4														