



**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 2018 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:**

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 органов государственного и муниципального управления, государственных и муниципальных предприятий, политических партий, общественно-политических,

<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>коммерческих и некоммерческих организаций.</p>	
<p><b>Уметь:</b></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><b>Владеть:</b></p>	
<p>- навыками работы с правовыми документами и экономической информацией; экономическими методами анализа поведения потребителей, производителей, собственников ресурсов и государства.</p>	

<b>4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>		
<b>Общая трудоемкость</b>		<b>2 ЗЕТ</b>
Часов по учебному плану	72	Виды контроля на курсах:  зачеты 4
в том числе	:	
аудиторные занятия	6	
самостоятельная работа	62	
часов на контроль	4	