

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Кафедра региональной экономики, государственного
и муниципального управления

АННОТАЦИЯ

по дисциплине **МАРКЕТИНГ ТЕРРИТОРИЙ**

Направление подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление»

Профиль Государственное и муниципальное управление в социальной сфере

Соответствует РПД



УМУ СГЭУ

Зав. кафедрой _____

Г.Р. Хасаев
/Хасаев Г.Р./

Самара 2015 г.

Данная рабочая программа разработана в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС) по направлению подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление» с учетом профессиональной направленности подготовки обучающихся по профилю «Государственное и муниципальное управление» и в соответствии с компетентностным подходом, реализуемым в системе высшего образования.

1. Цели и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины «Маркетинг территорий» - дать студентам представление о сущности и разновидности территориального маркетинга, субъектах маркетинга территорий, их целях и интересах, а также изучение территориального маркетинга как особого вида управленческой деятельности, повышающей престиж и конкурентоспособность территорий.

Задачи дисциплины:

1) научить студентов разрабатывать стратегии маркетинга привлекательности для обеспечения конкурентных преимуществ территории, оценивать возможности территории для повышения доли производства конкурентоспособных продуктов, оценивать эффективность маркетинговых проектов на основании критериев и индикаторов успешности;

2) овладение основными инструментами планирования социально-экономического развития территории, изучение методик формирования и улучшения имиджа территории, ее престижа, деловой и социальной конкурентоспособности;

3) освоение студентами основных методов и технологий проведения маркетинговых исследований, поиска эксклюзивных объектов, визуализации территориального имиджа, методов вовлечения бизнеса и общественности в процесс развития территории, методик создания брендов территорий и объектов.

2. Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Маркетинг территорий» входит в профессиональный цикл, вариативную часть (БЗ.В) цикла обязательных дисциплин (БЗ.В.ОД.9) профиля «Государственное и муниципальное управление». Теоретическую часть составляют компетенции, полученные при изучении в бакалавриате дисциплин гуманитарного, социального и экономического цикла; математического и естественно-научного цикла; профессионального цикла. Для успешного освоения дисциплины студенты должны изучить курсы по основам права

(Б1.В.ОД1), истории (Б1.Б1), экономической теории (Б1.Б4); теории управления (Б3.Б6), основам государственного и муниципального управления (Б3.Б8); государственному регулированию экономики (Б1.В.ОД.7); прогнозированию и планированию (Б3.Б.12); методам принятия управленческих решений (Б2.В.ОД.1), инновационному менеджменту (Б3.В.ОД.5) региональному управлению и территориальному планированию (Б3.В.ОД.8); принятию и исполнению государственных решений (Б3.Б.15). Они должны владеть математическим аппаратом, а также обладать навыками графического анализа. Студенты обучаются по данному курсу в 7 семестре и получают знания, которые являются основой для изучения последующего цикла профессиональных дисциплин: Управленческий консалтинг; Стратегическое управление развитием территории; Управление жилищно-коммунальным комплексом; Управление комплексным социально-экономическим развитием территории; Государственная и муниципальная служба; Электронное правительство.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- стремление работать на благо общества (ОК-1);
- понимание содержания, смысла, основных целей, социальной значимости профессии государственного и муниципального управления, стремлением к улучшению этого понимания через использование знаний в своей деятельности (ОК-5);
- способность представлять результаты своей работы для других специалистов, отстаивать свои позиции в профессиональной среде, находить компромиссные и альтернативные решения (ОК-7);
- владение основными способами и средствами информационного взаимодействия, получения, хранения, переработки, интерпретации информации, наличием навыков работы с информационно-коммуникационными технологиями; способностью к восприятию и методическому обобщению информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-8)
- умение критически оценивать информацию, переоценивать накопленный опыт и конструктивно принимать решение на основе обобщения информации; способность к критическому анализу своих возможностей (ОК-14);
- способность принимать участие в разработке управленческих решений и нести ответственность за реализацию этих решений в пределах своих должностных обязанностей, умением оценивать последствия решений (ОК-15);

- владение навыками самостоятельной, творческой работы; умение организовать свой труд; способность порождать новые идеи, находить подходы к их реализации (ОК-16);
- знание основных этапов эволюции управленческой мысли (ПК-1);
- умение определять приоритеты профессиональной деятельности, эффективно исполнять управленческие решения (ПК-2);
- умение выявлять проблемы, определять цели, оценивать альтернативы, выбирать оптимальный вариант решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения (ПК-3);
- способность принимать решения в условиях неопределенности и рисков (ПК-4);
- способность применять адекватные инструменты и технологии регулирующего воздействия при реализации управленческого решения (ПК-5);
- способность принимать участие в проектировании организационных действий, умение эффективно исполнять обязанности (ПК-6);
- умение оценивать соотношение планируемого результата и затрачиваемых ресурсов (ПК-7);
- умение определять параметры качества управленческих решений и осуществления административных процессов, выявлять отклонения и принимать корректирующие меры (ПК-12);
- способность использовать основы теории мотивации при решении управленческих задач (ПК-13);
- умение определять социальные, политические, экономические закономерности и тенденции (ПК-16);
- способность анализировать состояние систем и процессов при сопоставлении с передовой практикой (ПК-20);
- знание и умение адаптировать лучшие практики зарубежного государственного и муниципального управления к своей профессиональной деятельности (ПК-21);
- умение применять количественные и качественные методы 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 организаций, предприятий и учреждений, политических партий, общественно-политических и некоммерческих организаций (ПК-24)

- умение моделировать административные процессы и процедуры в органах государственной власти Российской Федерации, органах государственной власти субъектов Российской Федерации (ПК-25);

- умение устанавливать и использовать информационные источники для учета потребностей заинтересованных сторон при планировании деятельности органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации (ПК-28);

- способность анализировать, проектировать и осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации (ПК-29);

- умение находить основы для сотрудничества с другими органами государственной власти Российской Федерации, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, институтами гражданского общества, способность определять потребности в информации, получать информацию из большого числа источников, оперативно и точно интерпретировать информацию (ПК-31);

- способность оценивать экономические, социальные, политические условия и последствия (результаты) осуществления государственных программ (ПК-44);

- умение эффективно взаимодействовать с другими исполнителями (ПК-51).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать: теоретические и методологические аспекты маркетинга территорий, позволяющие осмысливать современный механизм управления устойчивым развитием территорий на разных уровнях в условиях конкуренции;

- иметь представление об особенностях организации разных типов территорий, использовании территориального маркетинга в деятельности руководителей федерального, регионального и местного уровней; о мотивах выбора территории, критериях предпочтения территории для разных групп потребителей; о нормативной базе, регламентирующей развитие территории;

Уметь: применять инструменты и стратегии территориального маркетинга на отдельных территориях с целью использования их конкурентных преимуществ;

Владеть навыками:

- самостоятельной разработки и применения необходимых механизмов для решения конкретных задач в области сегментации рынка и позиционирования территории, координации усилий всех субъектов территориального маркетинга;

- разработки целевых программ маркетинга территорий, использования его инструментария для эффективного функционирования территории; - выявления и развития конкурентных преимуществ территории;

- исполнения функциональных обязанностей на должностях федеральной государственной муниципальной службы, с учетом установленных законом, иными нормативными правовыми актами квалификационных требований.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Для изучения дисциплины предусмотрены следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов, индивидуальные и групповые консультации.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов, в т.ч.:

1. лекции – 18 час.

2. практические занятия – 36 час.

3. самостоятельная работа – 54 часа, в том числе: изучение основной и дополнительной литературы, подготовка к текущему контролю: подготовка к практическому занятию, написанию доклада, реферата, к научной дискуссии, тестированию; подготовка к промежуточной аттестации (зачет).

Вид учебной работы	Всего час / зачетных единиц	Семестры	
		7	8
Аудиторные занятия	54 /1.5	54/1.5	
В том числе:			
Лекции	18 /0.5	18/0.5	
Практические занятия (ПЗ)	36/1	36/1	
Семинары (С)			
Лабораторные работы (ЛР)			
Самостоятельная работа (всего)	54 1.5	54 1.5	
В том числе:			
Курсовой проект (работа)			
Расчетно-графические работы			
Реферат	6/0.2	6.0. 2	
Другие виды самостоятельной работы, в т.ч. зачет	48/1,3	48/1,3	
Вид промежуточной аттестации	Зачет	Зачет	
Общая трудоемкость:			
часы	108	108	
зачетные единицы	3	3	