

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского

федерального университета

Дата подписания: 23.04.2024 10:52:00

Уникальный идентификатор:

d74ce93cd40e70275c7ba2f58486412a1c8ef96f

Аннотация к рабочей программе дисциплины (модуля)

Наименование дисциплины (модуля)	Маркетинг территорий (продвинутый уровень)
Краткое содержание	Тема 1. Понятия, сущность, теоретические основы маркетинга территории Тема 2. Виды территориального маркетинга. Тема 3. Инструменты и механизмы территориального маркетинга Тема 4. Процесс продвижения территориального продукта Тема 5. Социальная реклама в арсенале инструментов публичного управления и маркетинга территории Тема 6. Маркетинговые стратегии территорий Тема 7. Управление имиджем территории Тема 8. Внедрение территориального маркетинга, особенности территориальной службы маркетинга Тема 9. Оценка маркетинговой деятельности в публичном управлении.
Результаты освоения дисциплины (модуля)	Опираясь на знания маркетинга территорий, анализирует социально-экономическую ситуацию в регионе и предлагает мероприятия по продвижению территории. Критически оценивает информацию и конструктивно принимает решения на основе анализа и синтеза территориального маркетинга; выдвигает инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации при разработке маркетинговых стратегий территорий и управления имиджем территории оценивая экономические последствия и эффективность управленческих решений в сфере государственного и муниципального управления
Трудоемкость, з.е.	4
Форма отчетности	Экзамен
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)	
Основная литература	1. Основы маркетинга территорий / О.Н. Романенкова, А.А. Арский, О.А. Артемьева и др.; под ред. О.Н. Романенковой ; Фин. ун-т при Правительстве РФ. - М.: Юрайт, 2016. - 262 с. - (Бакалавр. Академический курс). - На учебнике гриф: Рек.УМО. - Прил.: с. 255-261. - Библиогр.: с. 253-254. - ISBN 978-5-9916-5215-5
Дополнительная литература	1. Позднякова Ж.С. Маркетинг территорий [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Позднякова Ж.С., Алферова Л.В.— Электрон. текстовые данные.— Челябинск, Саратов: Южно-Уральский институт управления и экономики, Ай Пи Эр Медиа, 2019.— 235 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/81483.html .— ЭБС «IPRbooks»