

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 10:32

Уникальный идентификатор:

d74ce93cd40e760275c7ba2f58486412a1c8ef96f

Аннотация к рабочей программе дисциплины (модуля)

Наименование дисциплины (модуля)	Маркетинг территорий
Краткое содержание	Понятия, сущность, теоретические основы маркетинга территории. Виды территориального маркетинга. Инструменты и механизмы территориального маркетинга. Процесс продвижения территориального продукта. Социальная реклама в арсенале инструментов публичного управления и маркетинга территории. Маркетинговые стратегии территорий. Управление имиджем территории. Внедрение территориального маркетинга, особенности территориальной службы маркетинга. Оценка маркетинговой деятельности в публичном управлении.
Результаты освоения дисциплины (модуля)	- применяет знания содержания основных элементов системы управления территориями. - эффективно управляет имиджем территории и процессом продвижения территориального продукта; эффективной управленческой деятельности, обеспечивая их включенность в процессы управления территориями; - выбирает наиболее оптимальные процессы и методы управления по развитию комплекса средств маркетинга территории; внедряет территориальный маркетинг. -разрабатывает маркетинговые проекты и стратегии развития территорий, оценивает последствия реализации проекта; использует основные инструменты планирования социально-экономического развития территории, методиками формирования и улучшения имиджа территории.
Трудоемкость, з.е.	5
Форма отчетности	Зачет с оценкой
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»