

Документ подписан простой электронной подписью

Информационно-образовательное учреждение высшего образования  
Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное образовательное учреждение высшего образования

ФИО: Агабекян Раиса Левоновна

образования

Должность: ректор «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ»

Дата подписания: 10.07.2023 15:43:06

(г. Краснодар)

Уникальный программный ключ:

(НАН ЧОУ ВО Академия ИМСИТ)

4237c7ccb9b9e111bbaf1f4fcd9201d015c4dbaa123ff774747307b9b9fbcbe

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе,

доцент Севрюгина Н.И.

17 апреля 2023

## Маркетинг региона

### Анотация к рабочей программе дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	<b>Кафедра государственного и корпоративного управления</b>
Учебный план	38.04.04 Государственное и муниципальное управление
Квалификация	<b>магистр</b>
Форма обучения	<b>очная</b>
Программу составил(и):	кэн, Препод., Ермишина Елена Борисовна

#### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	1 (1.1)		Итого	
	Неделя 12 5/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	36	36	36	36
Практические	36	36	36	36
Контактная работа на аттестации (в период экз. сессий)	0,3	0,3	0,3	0,3
Консультации перед экзаменом	1	1	1	1
В том числе инт.	10	10	10	10
В том числе в форме практ.подготовки	4	4	4	4
Итого ауд.	72	72	72	72
Контактная работа	73,3	73,3	73,3	73,3
Сам. работа	36	36	36	36
Часы на контроль	34,7	34,7	34,7	34,7
Итого	144	144	144	144

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Целью освоения дисциплины «Маркетинг территорий» является формирование
1.2	компетенций обучающихся в области маркетинга территорий, изучение его специфики, тенденций и перспектив развития, обучение конкретным инструментам управления территориями для различных целевых аудиторий, формирование навыков использования полученных знаний для выполнения
1.3	профессиональных функций в сфере государственного и муниципального управления.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:		Б1.В.ДЭ.01
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>	
2.1.1	- знать основные положения основ маркетинга;	
2.1.2	- иметь представление о современных проблемах и перспективах социально-экономического развития России;	
2.1.3	- уметь обрабатывать данные официальных источников и периодической литературы;	
2.1.4	- владеть первичными навыками анализа теоретических данных и уровня развития маркетинга в российской экономике.	
2.1.5		
2.1.6		
2.1.7	Теория и механизмы современного государственного управления	
2.1.8	Социология управления	
2.1.9	Служебная этика государственной гражданской и муниципальной службы	
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>	
2.2.1		
2.2.2		
2.2.3	Управление государственной и муниципальной собственностью	
2.2.4	Управление проектами в государственном и муниципальном управлении	

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

**ПК-3: Способен планировать и организовать работы по разработке государственной стратегии развития субъекта Российской Федерации, муниципального образования, проводить аналитику государственных программ с оценкой регулирующего воздействия, осуществлять стратегическое планирование**

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>