

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Вятский государственный университет»
(«ВятГУ»)
г. Киров

Утверждаю
Директор/Декан Соболева О. Н.



Номер регистрации
РПД_4-38.03.02.02_2016_53257

Аннотированная программа учебной дисциплины
Маркетинг территорий

	наименование дисциплины
Квалификация выпускника	Бакалавр пр. бакалавр, магистр, специалист, преподаватель, преподаватель-исследователь
Направление подготовки	38.03.02 шифр
Направленность (профиль)	Менеджмент наименование 3-38.03.02.02 шифр
Формы обучения	Управление проектами наименование Заочная, Очная наименование
Кафедра-разработчик	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ) наименование
Выпускающая кафедра	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ) наименование

Сведения о разработчиках аннотированной программы учебной дисциплины

Маркетинг территорий

наименование дисциплины

Квалификация выпускника	Бакалавр пр.
Направление подготовки	38.03.02
Направленность (профиль)	Менеджмент
Формы обучения	Заочная, Очная

Разработчики РП

Кандидат наук: экономические, Доцент, Фокина Ольга Васильевна
Кандидат наук: экономические науки, Березина Екатерина Александровна
Кандидат наук: кандидат экономических наук, Доцент, Сысолятин Алексей Витальевич

Зав. кафедры ведущей дисциплину

Кандидат наук: экономические, Доцент, Фокина Ольга Васильевна

РП соответствует требованиям ФГОС ВО

РП соответствует запросам и требованиям работодателей

Аннотированная программа учебной дисциплины: Маркетинг территорий

Учебная дисциплина входит в учебный цикл	Б1
Обеспечивающие (предшествующие) учебные дисциплины и практики	Маркетинг Методы принятия управленческих решений Теория менеджмента
Обеспечиваемые (последующие) учебные дисциплины и практики	Внеэкономическая деятельность Лабораторный практикум по маркетингу Маркетинг в отраслях и сферах Маркетинг товаров и услуг Маркетинговые коммуникации Международный маркетинг
Концепция учебной дисциплины	Региональный маркетинг является научной дисциплиной, лежащей на стыке региональной экономики и маркетинга. В условиях жесткой конкуренции среди регионов за приток инвестиций, квалифицированной рабочей силы, экологически безопасного производства все более актуальной проблемой становится повышение имиджа и инвестиционной привлекательности региона. Принимаемые шаги в этом направлении носят несистемный характер и, как правило, комплексно не решают проблему. Прежде всего, это вызвано нехваткой теоретических наработок, на основании которых можно было бы разработать комплексную маркетинговую стратегию региона, а так же удобного и надежного инструментария, оказывающего поддержку при разработке и реализации такой стратегии. В условиях быстроменяющейся экономической и социальной ситуации, как в регионе, так и за его пределами, все более актуальной задачей для успешной разработки и осуществления маркетинговой стратегии территории становится принятие обоснованных и своевременных управленческих решений, направленных на повышение привлекательности территории, укрепление и развитие положительной инвестиционной динамики. Для этого необходима разработка и реализация долгосрочной концепции комплексного развития экономики и социальной сферы региона. И большую роль здесь играет маркетинг привлекательности как стратегическое направление маркетинга территории, направленное на повышение притягательности данной территории для человека путем развития особых черт, гарантирующих конкурентные преимущества данной территории.
Цель учебной дисциплины	Дать студентам, будущим специалистам в области управления, комплекс современных знаний, умений и навыков, необходимых для профессиональной деятельности по управлению региональным развитием.
Задачи учебной	приобрести умение разрабатывать варианты размещения

дисциплины	<p>населения по территории населенного пункта, обосновывать их выбор по критериям социальной и экономической эффективности;</p> <p>приобрести умение проводить анализ рынка труда региона;</p> <p>усвоить экономические и правовые понятия, необходимые для изучения других экономических дисциплин и практической деятельности;</p> <p>сформировать научное и практическое мировоззрение, экономической и правовой культуры, способности принимать правильные решения в профессиональной деятельности.</p>
Содержание учебной дисциплины	<p>Модуль 1. Теоретические основы маркетинга территорий</p> <p>Модуль 2. Комплекс средств маркетинга территорий</p> <p>Модуль 3. Стратегический маркетинг территорий</p> <p>Модуль 4. Подготовка и сдача промежуточной аттестации</p>
Результаты освоения учебной дисциплины	<p>Формируемые компетенции: ПК-12;</p>