

## Аннотация рабочей программы

### Маркетинг территорий

---

Дисциплина «Маркетинг территорий» является частью профессионального блока дисциплин вариативной части (дисциплина по выбору) подготовки студентов по направлению подготовки 38.04.04 «Государственное и муниципальное управление». Дисциплина реализуется на факультете государственного управления МГУ имени М.В. Ломоносова кафедрой регионального и муниципального управления.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций выпускника:

- обладать способностью решать управленческие задачи, связанные с экономическими и социальными процессами в регионах и муниципальных образованиях;
- освоить современные практики стратегического, тактического и оперативного управления в регионе и муниципальном образовании;
- уметь систематизировать и обобщать информацию, готовить предложения по совершенствованию системы регионального и муниципального управления, выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с теоретическими и практическими аспектами маркетинга территорий, изучение его основных направлений и механизмов реализации, конкретных технологий и инструментов, определение места в системе современного государственного и муниципального управления, а также роли в решении социально-экономических проблем современных государств, включая рассмотрение вопросов оценки эффективности деятельности по развитию и продвижению территорий.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, самостоятельная работа студента.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: участие в работе над кейсами, подготовка презентаций, контрольные опросы и контрольная работа.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 ак.ч.. Программой дисциплины предусмотрены лекции - 2 ак.ч., семинары – 14 ак.ч., самостоятельная работа студента – 56 ак.ч.