

## Аннотация рабочей программы

### Маркетинг территорий

---

Дисциплина «Маркетинг территорий» является частью профессионального блока дисциплин вариативной части (дисциплина по выбору) подготовки студентов по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (профиль подготовки – «Стратегический маркетинг»). Дисциплина реализуется на факультете государственного управления МГУ имени М.В. Ломоносова кафедрой регионального и муниципального управления.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций выпускника:

Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;

Понимать особенности функционирования маркетинга в условиях современной России.

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 групповых проектах, деловых играх, а также в работе над кейсами и промежуточный контроль в форме написания творческого эссе.

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.