

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
Кафедра менеджмента

ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ

*«Публичная политика в государственном и муниципальном
управлении»*

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ И БРЕНДИНГ ТЕРРИТОРИЙ
Б1.В.ДВ.02.01

краткое наименование дисциплины: МиБТ

по направлению подготовки:
38.04.04 Государственное и муниципальное управление

формы обучения: очная, очно-заочная, заочная

Год набора – 2023

1. Планируемые результаты освоения дисциплины

Дисциплина (Б1.В.ДВ.02.01 «Маркетинг и брендинг территорий») обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКр-13	Способен разрабатывать программы научных исследований и организовывать их выполнение, применять количественные и качественные методы анализа при принятии решений в области публичного управления, управления в социальной сфере	ПКр – 13.2 Очная и заочная формы	Способность применять количественные и качественные методы анализа в области публичного управления, управления в социальной сфере.

2. Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины 3 зачетных единицы.

Из общего объема 108 часов:

- на контактную работу магистрантов очной формы обучения с преподавателем выделено 48 часов (16 час. – лекций, 32 час. – практических занятий) и 60 час. на самостоятельную работу.
- на контактную работу магистрантов заочной формы обучения с преподавателем выделено 22 часов (10 час. – лекций, 12 час. – практических занятий) и 122 час. на самостоятельную работу.

3. Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.					СРО	Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации**
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л/ДО Т	ЛР/ДО Т	ПЗ/ДО Т	КСР		
Тема 1.	Система территориального маркетинга и комплекс	14	2		4		8	О, Э
Тема 2.	Маркетинговые исследования и инструменты маркетинга	14	2		4		8	О, КР, Д
Тема 3.	Стратегические направления организации территориального	14	2		4		8	О, КР

Тема 4.	Развитие конкуренции на территории и среди территорий на основе технологий маркетинга.	14	2		4		8	Т, Д
Тема 5.	Имидж и брендинг территорий	14	2		4		8	ДП,Т
Тема 6.	Разработка им продвижение бренда	14	2		4		8	КР, ДП,Д
Тема 7.	Рейтинги территорий как инструмент брендинга	14	2		4		8	О, КР, ДП
Тема 8.	Информационный брендинг территорий.	10	2		4		4	Т
Промежуточная аттестация								Зачет с оценкой
Всего:		108	16		32		60	Акад.час
		3	0,44		0,89		1,67	Зач.ед.
		81	12		24		45	Астр. час

Используемые сокращения:

Л - занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся);

ЛР - лабораторные работы (вид занятий семинарского типа);

ПЗ - практические занятия (виды занятий семинарского типа за исключением лабораторных работ);

КСР - индивидуальная работа обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации);

ДОТ - занятия, проводимые с применением дистанционных образовательных технологий, в том числе с применением виртуальных аналогов профессиональной деятельности;

СРО - самостоятельная работа, осуществляемая без участия педагогических работников организации и (или) лиц, привлекаемых организацией к реализации образовательных программ на иных условиях.

Примечание:

* формы заданий текущего контроля успеваемости (контрольные работы (К), опрос (О), тестирование (Т), коллоквиум (Кол) и т.п.) и виды учебных заданий (эссе (Эс), реферат (Реф), диспут (Д) и др.), с применением которых ведется мониторинг успешности освоения образовательной программы обучающимися

** формы промежуточной аттестации: экзамен (Э), зачет (З)/зачет с оценкой (З/О)

Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.					СРО	Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации**
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л/ДО Т	ЛР/ДО Т	ПЗ/ДО Т	КСР		
Тема 1.	Система территориального маркетинга и комплекс	14	1		2		10	О, Э

Тема 2.	Маркетинговые исследования и инструменты маркетинга	14	1		2		10	О, КР, Д
Тема 3.	Стратегические направления организации территориального	14	1		2		10	О, КР
Тема 4.	Развитие конкуренции на территории и среди территорий на основе технологий маркетинга.	14	1		2		10	Т, Д
Тема 5.	Имидж и брендинг территорий	14	1		2		10	ДП,Т
Тема 6.	Разработка им продвижение бренда территории	14	1		2		10	КР, ДП,Д
Тема 7.	Рейтинги территорий как инструмент брендинга	14			1		12	О, КР, ДП
Тема 8.	Информационный брендинг территорий.	10			1		12	Т
Промежуточная аттестация						4		Зачет с оценкой
Всего:		108	6		14	4	84	Акад. час
		3	0,17		0,39	0,11	2,33	З.е.
		81	4,5		10,5	3	63	Астр. час

Используемые сокращения:

Л - занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся);

ЛР - лабораторные работы (вид занятий семинарского типа);

ПЗ - практические занятия (виды занятий семинарского типа за исключением лабораторных работ);

КСР - индивидуальная работа обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации);

ДОТ - занятия, проводимые с применением дистанционных образовательных технологий, в том числе с применением виртуальных аналогов профессиональной деятельности;

СРО - самостоятельная работа, осуществляемая без участия педагогических работников организации и (или) лиц, привлекаемых организацией к реализации образовательных программ на иных условиях.

Примечание:

* формы заданий текущего контроля успеваемости (контрольные работы (К), опрос (О), тестирование (Т), коллоквиум (Кол) и т.п.) и виды учебных заданий (эссе (Эс), реферат (Реф), диспут (Д) и др.), с применением которых ведется мониторинг успешности освоения образовательной программы обучающимися

** формы промежуточной аттестации: экзамен (Э), зачет (З)/зачет с оценкой (З/О).

4.Форма промежуточной аттестации: экзамен/ зачет (зачет с оценкой)

Формы промежуточной аттестации: Зачет с оценкой.

5. Основная литература

1. Коксин, А. П. Маркетинг в системе регионального менеджмента [Электронный ресурс] / А. П. Коксин. - Электрон. дан. – Москва : Лаборатория книги, 2012. - 125 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141441>, требуется авторизация. - Загл. с экрана.
2. Соколова Н. Г. Качество жизни населения города в маркетинге территории [Электронный ресурс] : монография/ Н. Г. Соколова— Электрон. дан. — Саарбрюккен: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2013.— 324 с.— Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/54501.html>, требуется авторизация. - Загл. с экрана.
3. Угрюмова, А. А. Региональная экономика и управление [Электронный ресурс] : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. А. Угрюмова, Е. В. Ерохина, М. В. Савельева. — Электрон. дан. - Москва : Юрайт, 2017. — 445 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — Доступ из ЭБС изд-ва «Юрайт». — Режим доступа : <https://www.biblio-online.ru/book/80D1169A-5241-4677-B6D2-191AE023CC7F>, требуется авторизация. — Загл. с экрана.