

## АННОТАЦИЯ «Маркетинг территорий»

Ожидаемые результаты	<p>Учебная дисциплина обеспечивает овладение следующими компетенциями:</p> <p>ОПК-1 – владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности;</p> <p>ОПК-2 – способность находить организационно-управленческие решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений;</p> <p>ОПК-3 – способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия</p> <p>ПК-1 – умение определять приоритеты профессиональной деятельности, разрабатывать и эффективно исполнять управленческие решения, в том числе в условиях неопределенности и рисков, применять адекватные инструменты и технологии регулирующего воздействия при реализации управленческого решения;</p> <p>ПК-21 – умение определять параметры качества управленческих решений и осуществления административных процессов, выявлять отклонения и принимать корректирующие меры.</p>
Содержание курса	<p>Введение в маркетинг территорий. Основные положения. Внутренняя и внешняя среда маркетинга территорий. Исследования в маркетинге территорий. Стратегическое позиционирование территорий. Коммуникационный механизм в маркетинге территорий. Брендинг территорий. Человеческие ресурсы реализации маркетинговой стратегии развития территории. Финансовые и инфраструктурные ресурсы реализации маркетинговой стратегии развития территории. Информационные ресурсы реализации маркетинговой стратегии развития территорий.</p>
Промежуточная аттестация	Зачет