

## АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### «ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ТЕРРИТОРИЙ»

(название дисциплины)

### 38.03.04 ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

(код направления (специальности) подготовки)

5-6

(семестр)

#### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Формирование имиджа территорий» является формирование у студентов целостного представления о теоретических подходах и взглядах на место и роль связей с общественностью в системе государственного и политического управления, изучение теоретических и практических аспектов организации территориального маркетинга, формирование у студентов знаний и умений в области применения инструментов и механизмов территориального маркетинга и брендинга на практике с целью повышения эффективности управления территориями и её имиджа.

#### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Формирование имиджа территорий» относится к вариативной части.

Пререквизиты дисциплины: Основы государственного и муниципального управления, Менеджмент, Маркетинг, Управление проектами.

#### 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-11 – владение основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения.

ПК-27 – способность участвовать в разработке и реализации проектов в области государственного и муниципального управления.

#### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5 семестр

Тема 1. Связи с общественностью – основная функция организации взаимодействия с целевой аудиторией.

Тема 2. Цели и функции служб связей с общественностью в органах государственной власти.

Тема 3. Модели связей с общественностью со стороны органов государственной и муниципальной власти.

Тема 4. Особенности функционирования российских государственных и муниципальных PR-служб.

Тема 5. PR-подразделение в государственной и муниципальной организации.

6 семестр

Тема 6. Теоретические основы маркетинга территорий.

Тема 7. Маркетинговая среда территории.

Тема 8. Комплекс средств маркетинга территорий.

Тема 9. Конкуренция и конкурентоспособность территорий.

Тема 10. Сегментация рынка.

Тема 11. Позиционирование территории.

Тема 12. Управление процессом маркетинга территорий.

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ - Зачёт (5 семестр), Экзамен (6 семестр)  
экзамен, зачет, зачет с оценкой

#### 6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 5

Составитель: доцент, к.э.н. Скуба Р.В.  
должность, ФИО, подпись

Заведующий кафедрой «Экономика и стратегическое управление» Гойхер О.Л.  
название кафедры, ФИО, подпись

Председатель  
учебно-методической комиссии направления  
«Государственное и муниципальное управление» Гойхер О.Л.  
ФИО, подпись

Директор института Захаров П.Н. Дата: 26.08.2019г.

Печать института

