

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ТЕРРИТОРИЙ»

(название дисциплины)

38.03.04 ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

(код направления (специальности) подготовки)

6–7

(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 территорией 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

6 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.

7 семестр

Тема 6. Теоретические основы маркетинга территорий.

Тема 7. Маркетинговая среда территорий.

Тема 8. Комплекс средств маркетинга территорий.

Тема 9. Конкуренция и конкурентоспособность территорий.

Тема 10. Сегментация рынка.

Тема 11. Позиционирование территорий.

Тема 12. Управление процессом маркетинга территорий.

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ - Зачёт (6 семестр), Экзамен (7 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

