

**Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
«РЕГИОНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ»**

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель изучения учебной дисциплины

Основной целью освоения дисциплины «Региональный маркетинг» является углубление и расширение знаний студентов о применении маркетинговых инструментов, особенно продвижения и спонсорства для повышения известности и улучшения имиджа региона.

1.2. Задачи учебной дисциплины:

- знать основы маркетинговой подхода к планированию развития региона;
- уметь осуществлять анализ стратегических направлений развития региона для различных целевых групп потребителей;
- иметь представление о современных концепциях регионального брендинга;
- обладать навыками сбора и обработки информации для разработки маркетингово-ориентированной стратегии развития.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

2.1. Цикл (раздел) ООП:

Дисциплина «Региональный маркетинг» является дисциплиной профессионального цикла и входит в перечень дисциплин вариативной части ООП Б1.В.ДВ.7.1.

2.2. Взаимосвязь учебной дисциплины с другими учебными дисциплинами ООП

Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина «Региональный маркетинг» является «Маркетинг», «Логистика», «Менеджмент» и др.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

Код сущ-ей компетенции	Наименование компетенций	Результат освоения (знать, уметь, владеть)
ДПК – 6	способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Знать основы управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями. Уметь применять на практике основы управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями. Владеть навыками управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями.
ДПК – 7	способность разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	Знать основы разработки программы организационного развития. Уметь применять на практике теоретические основы разработки программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию. Владеть навыками разработки программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Теоретические основы регионального маркетинга

Тема 1.1. Основы регионального маркетинга.

Тема 1.2. Стратегическое планирование регионального маркетинга.

Тема 1.3. Маркетинговые исследования в региональном маркетинге.

Раздел 2. Стратегия и тактика маркетинговой деятельности на региональном уровне

Тема 2.1. Маркетинг имиджа региона.

Тема 2.2. Коммуникации в региональном маркетинге.

Тема 2.3. Управление маркетингом на региональном уровне.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Традиционные технологии (лекция, семинарское занятие, консультация, дифференцированный зачет), технологии интерактивного обучения (дискуссии, игровые технологии, тренинги), проблемное обучение.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

Меркулова А.В., канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры маркетинга и логистики