

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ**  
**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»**  
**(РУТ (МИИТ))**

**АННОТАЦИЯ К**  
**РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Маркетинг территорий**

Направление подготовки: 38.03.04 – Государственное и муниципальное управление

Направленность (профиль): Государственная и муниципальная служба

Форма обучения: Очная

**Общие сведения о дисциплине (модуле).**

Целями освоения дисциплины являются обеспечить студентов необходимыми знаниями о маркетинге территорий, его специфике, тенденциях и перспективах развития, обучить конкретным инструментам управления спросом на территорию для различных целевых аудиторий, сформировать навыки использования полученных знаний для выполнения профессиональных функций в сфере государственного и муниципального управления.

Задачами освоения дисциплины является формирование у обучающихся освоение бакалаврами теоретических знаний в области маркетинга территорий, определение роли территориального маркетинга в сфере государственного и муниципального управления как фактора социально-экономического развития территории.

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 з.е. (144 академических часа(ов)).