

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования  
"Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации"  
(Финансовый университет)

**Тульский филиал Финуниверситета**

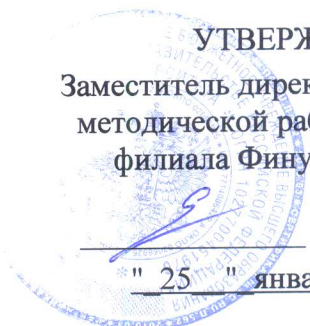
Обсуждено и одобрено

на Ученом совете Тульского филиала  
Финуниверситета

Протокол № 50  
от " 25 " января 2022 г.

УТВЕРЖДАЮ  
Заместитель директора по учебно-  
методической работе Тульского  
филиала Финуниверситета

Е.А. Назырова  
" 25 " января 2022г.




**УЧЕБНЫЙ ПЛАН**  
программы: повышения квалификации

**«Маркетинг территории»**  
(наименование дополнительной профессиональной программы)

Требования к уровню образования слушателей	Лица, имеющие высшее или среднее специальное образование, лица получающие высшее или среднее специальное образование							
Категория слушателей	Специалисты, работающие в сфере маркетинга и управления, желающие повысить уровень своей квалификации в области маркетинга							
Срок обучения	1-2 недели							
Форма обучения	Очно-заочная, с применением дистанционных образовательных технологий							
Режим занятий	Не более 8 часов в день							
№ п/п	Наименование тем	Всего часов трудоемкости	В том числе				самостоятельная работа	Форма контроля
			Аудиторные занятия					
			Всего, часов	из них				
				Лекции	Практические занятия			
1	2	3	4	5	6	7	8	
1	Основы маркетинга территорий: понятие, сущность и современное развитие	4	2	2	-	2		

2	Сущность и разновидность территориального маркетинга. Актуальные проблемы пространственного развития территорий.	4	2	1	1	2	
3	Маркетинг региона	4	3	1	2	1	
4	Маркетинг города	4	3	1	2	1	
5	Организация маркетинга территории	3	1	1	-	2	
6	Понятие маркетинговой инфраструктуры территории	2	1	1	-	1	
7	Маркетинговые инструменты, повышающие конкурентоспособность территории	4	2	1	1	2	
8	Региональные и местные нормативы проектирования градостроительной деятельности	4	2	1	1	2	
9	PR и реклама в управлении имиджем территории	3	2	1	1	1	
10	Репутационный менеджмент региона. Региональная идентичность и уникальность.	3	2	1	1	1	
11	Маркетинг отношений с представителями бизнеса и населения региона	5	4	-	4	1	
12	Итоговая форма контроля	-	-	-	-		зачет
13	Общая трудоемкость программы:	40	24	11	13	16	-

Заведующий курсами ДО  
  
 О.И. Зотова  
 «25» января 2022г.