



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

Кафедра государственного и муниципального
управления

Территориальный маркетинг в системе регионального управления

Герасимова Е.А.
Ивченко В.В.
ГМУ 3-4

Москва
2018

Оглавление

- Определение
- Объект
- Продукт
- Особенности
- Принципы
- Субъект
- Пример

Определение

Территориальный маркетинг – позиционирование или создание бренда региона, работа с инвесторами, когда во главу угла ставятся создание интересных предложений для инвестиций, работа с общественностью.



Различия в объекте

- Территория в целом

Маркетинг осуществляется как внутри территории, так и за ее пределами

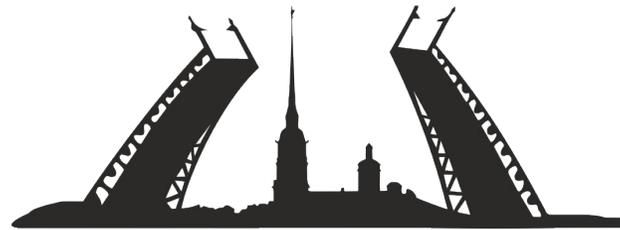
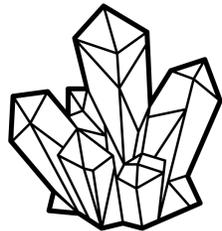
- Отношения по поводу конкретных товаров, услуг и т.д.

Маркетинг осуществляется в пределах территории



Продукт

- Комплекс ресурсов, находящийся на территории в количественном и качественном измерении
- Уровень соц-эк развития и качества жизни на данной территории
- Ситуационные факторы внутри соответствующего органа закон и исп власти на территории как организации, осуществляющей определенные управленческие функции



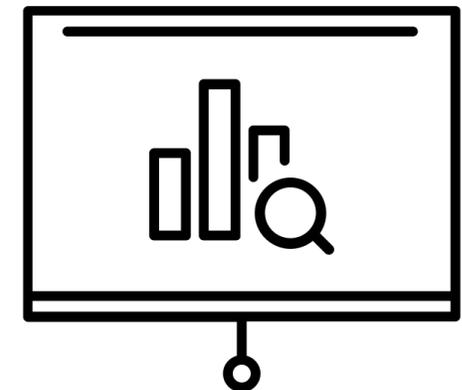
Особенности

Маркетинг территории (маркетинг региона) **выявляет, формирует и позиционирует** уникальные свойства территории как товара, которые могут быть полезны **потребителям, предпринимателям** (близость рынков сбыта, наличие квалифицированной рабочей силы, благоприятные условия развития бизнеса), **туристам** (климатические условия, достопримечательности), **инвесторам** (инфраструктура, деловой климат, уровень стабильности и безопасности)



Принципы концепции рыночного стратегического управления регионом

- Целенаправленность – определение целей маркетинга региона
- Разработка стратегии региона на основе анализа рыночных возможностей
- Выбор целевых рынков и способа позиционирования
- Согласование интересов сторон



Субъект

Региональные и муниципальные органы управления, которые представляют интересы региона

Основные цели:

- Выгодная реализация ресурсного потенциала региона
- Повышение конкурентоспособности предприятий региона
- Привлечение в регион новых предприятий и инвесторов из других регионов и стран
- Создание благоприятной среды для развития малого и среднего предпринимательства
- Привлечение новых потребителей для Т и У
- Создание положительного имиджа и известности в стране и за рубежом

Пример



г. Петрозаводск, пр. К.Ма
Тел. +7 (8142) 76-48-35

О Карелии Рай

Главная > О Карелии >

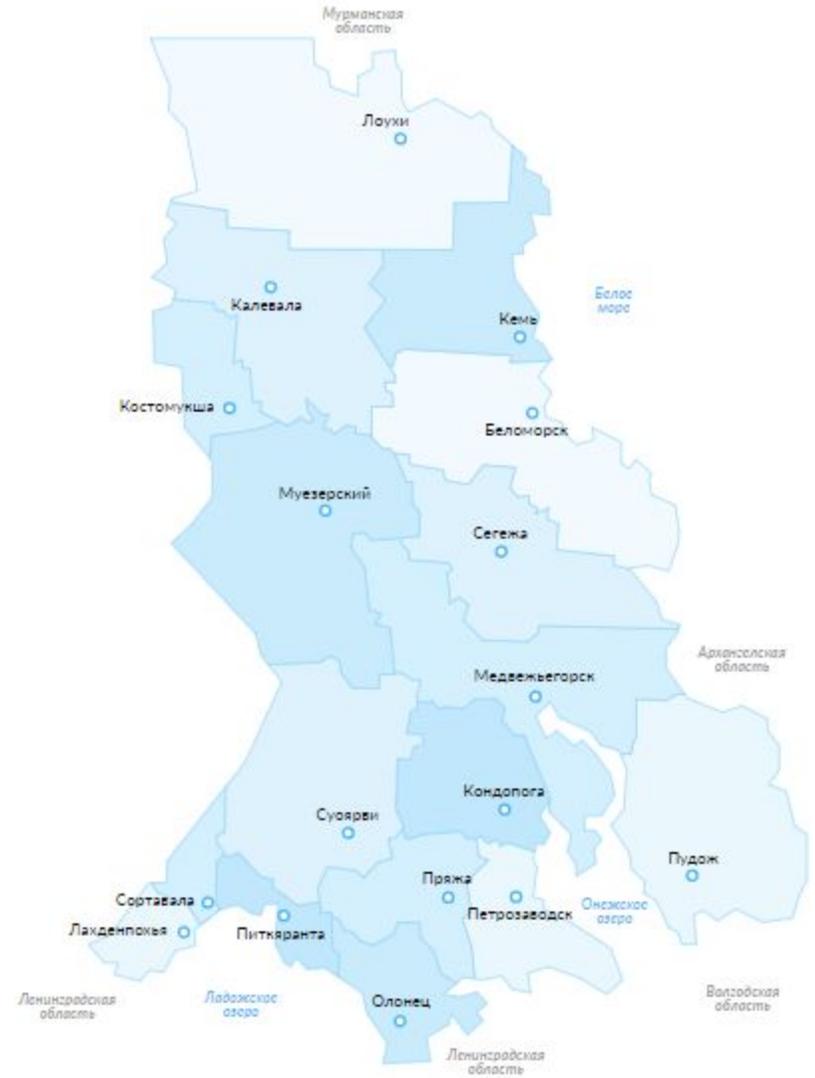
Историко

"Сумозеро", "Каске
западные ливвики'
несущих черты свое
и духовном насл
территорий и являк
из сохранности и
Карелии выделены
- это этнокультурн
культурной сред
жизнедеятельности
проживающих на те

Рунопевческие дере
Территория, связанн
врачом и фольклори
Финляндии и Каре.
архитектурно-плани

- БЕЛОМОРСКИЙ
- КАЛЕВАЛЬСКИЙ
- КЕМСКИЙ
- КОНДОПОЖСКИЙ
- КОСТОМУКШСКИЙ
- ЛАХДЕНПОХСКИЙ
- ЛОУХСКИЙ
- МЕДВЕЖЬЕГОРСКИЙ
- МУЕЗЕРСКИЙ
- ОЛОНЕЦКИЙ
- ПЕТРОЗАВОДСКИЙ
- ПИТКЯРАНТСКИЙ
- ПРИОНЕЖСКИЙ
- ПРЯЖИНСКИЙ
- ПУДОЖСКИЙ
- СЕГЕЖСКИЙ
- СОРТАВАЛЬСКИЙ
- СУОЯРВСКИЙ

Муниципальные образования Карелии



ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОТДЫХЕ В КАРЕЛИИ

ГЛАВА ТУРИСТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

ПРИРОДА КАРЕЛИИ

ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫЕ ТЕРРИТОРИИ

КУЛЬТУРНЫЕ ТРАДИЦИИ

НАРОДНОЕ ТВОРЧЕСТВО

ФОТОРЕПОРТАЖИ

ЭТО ИНТЕРЕСНО!



Источники

1. Маркетинг территорий : учебник и практикум для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ. ред. О. Н. Жильцовой. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 258 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-03593-3. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/C22DB7AE-F5B9-4FC0-B8C8-B63281900E69
2. Кетова Наталья Петровна Региональный маркетинг в системе инструментов и принципов управления территориальным развитием // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. 2012. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/regionalnyy-marketing-v-sisteme-instrumentov-i-printsipov-upravleniya-territorialnym-razvitiem> (дата обращения: 01.11.2018)