

УДК 339.138  
ББК 65.291.3

**Семилетова Я.И.** Маркетинг территорий: учебное пособие. – СПб: СПбГАУ, 2018. – 129 с.

**Рецензенты:**

кандидат экономических наук ЛГУ имени А.С. Пушкина **Н.В. Кудинова**,  
кандидат экономических наук, доцент СПбГАУ **Т.Г. Виноградова**.

Учебное пособие предназначено для освоения курса «Маркетинг территорий» по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление.

Учебный материал адаптирован к российским особенностям и разрабатывался с учетом требований государственного федерального образовательного стандарта по данной дисциплине. В целях лучшего усвоения пройденного материала в разделах приведены вопросы для закрепления пройденного материала, в конце пособия представлены варианты тестов для самопроверки, кейс-задача и глоссарий, которые позволяют обучающимся самостоятельно осуществлять оперативный контроль за усвоением материала.

*Рекомендовано к изданию и публикации на электронном носителе для включения в информационные ресурсы университета согласно лицензионному договору учебно-методическим советом СПбГАУ, протокол №5 от 28 июня 2018 г.*

© ФГБОУ ВО СПбГАУ, 2018  
© Семилетова Я.И., 2018

## Оглавление

<b>Введение.....</b>	<b>4</b>
<b>1. Введение в курс "Маркетинг территорий".....</b>	<b>6</b>
1.1. Маркетинг территорий: объект, предмет, цель и задачи .....	6
1.2. Маркетинг как научно-практическая дисциплина.....	7
1.3. История маркетинга.....	8
<b>2. Теоретические основы маркетинга территорий.....</b>	<b>11</b>
2.1. Правовое обеспечение маркетинга.....	11
2.2. Маркетинг в территориальном управлении.....	12
2.3. Некоммерческий (социальный) маркетинг.....	14
2.4. Маркетинг в государственном управлении и маркетинг территорий.....	17
<b>3. Комплекс средств маркетинга территорий.....</b>	<b>19</b>
3.1. Территориальный продукт.....	20
3.2. Цена территориального продукта.....	22
3.3. Месторасположение территориального продукта.....	24
3.4. Продвижение территориального продукта.....	26
<b>4. Маркетинговая среда территории.....</b>	<b>29</b>
4.1. Потребители ресурсов и общественных благ территории.....	29
4.2. Конкуренция и конкурентоспособность территорий.....	32
4.3. Сегментация рынка.....	35
4.4. Позиционирование и дифференциация территории.....	37
<b>5. Стратегический менеджмент и маркетинг территорий.....</b>	<b>41</b>
5.1. Деловые стратегии территории.....	41
5.2. Методы маркетинга территорий.....	46
5.3. Методы развития территорий.....	49
5.4. Стратегии улучшения территорий.....	51
<b>6. Формирование и продвижение имиджа территории. Бренд территории.....</b>	<b>57</b>
6.1. Имидж места.....	57
6.2. Бренд территории.....	63
<b>7. Маркетинговый подход к доходам территорий.....</b>	<b>65</b>
7.1. Рынок туризма и индустрии гостеприимства.....	65
7.2. Привлечение, удержание и расширение бизнеса.....	67
7.3. Расширение экспорта и стимулирование иностранных инвестиций.....	71
7.4. Привлечение жителей.....	75
<b>8. Управление процессом маркетинга территории.....</b>	<b>77</b>
8.1. Процесс внедрения маркетинга территорий.....	77
8.2. Маркетинговые исследования в государственном секторе.....	82
8.3. Маркетинговый план: мониторинг, оценка исполнения и разработка.....	89
<b>9. Маркетинг страны.....</b>	<b>92</b>
9.1. Маркетинг страны и его особенности.....	92
9.2. Место России в международных рейтингах.....	96
<b>Задания.....</b>	<b>100</b>
<b>Глоссарий.....</b>	<b>114</b>
<b>Литература.....</b>	<b>117</b>