

Маркетинг территорий : учебник и практикум для академического бакалавриата / под общ. ред. А. А. Угрюмовой, М. В. Савельевой. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 381 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс).

Оглавление

Авторский коллектив.....	7
Предисловие.....	9
Введение.....	11

Раздел I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ТЕРРИТОРИЙ

Глава 1. Предмет маркетинга территорий.....	19
1.1. Сущность маркетинга территорий: цели, принципы, функции.....	19
1.2. Эволюция взглядов на маркетинг территорий.....	24
1.3. Специфика использования маркетинга в управлении территорией.....	27
Резюме.....	29
<i>Практикум.....</i>	<i>29</i>
<i>Список рекомендуемой литературы.....</i>	<i>31</i>
Глава 2. Виды маркетинга территорий.....	32
2.1. Разновидности маркетинга территорий в зависимости от уровня анализа.....	32
2.2. Виды маркетинга территории по объектам и типу маркетингового воздействия.....	37
2.3. Дифференциация территорий.....	41
Резюме.....	41
<i>Практикум.....</i>	<i>42</i>
<i>Список рекомендуемой литературы.....</i>	<i>43</i>
Глава 3. Территориальная конкуренция и конкурентоспособность.....	44
3.1. Сущность территориальной конкуренции и конкурентоспособности.....	44
3.2. Методологические и методические подходы к исследованию конкурентоспособности регионов.....	50
3.3. Влияние модернизации территории на региональную конкурентоспособность.....	54
3.4. Влияние инновационного восприятия социума на конкурентоспособность региона.....	58
3.5. Управление конкурентоспособностью территорий.....	64
Резюме.....	70
<i>Практикум.....</i>	<i>71</i>
<i>Список рекомендуемой литературы.....</i>	<i>78</i>

Раздел II. МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА ТЕРРИТОРИЙ

Глава 4. Маркетинговые стратегии развития территорий.....	81
4.1. Понятие маркетинговых стратегий территории.....	81

4.2. Классификация маркетинговых стратегий территории.....	83
4.3. Стратегическое маркетинговое планирование территориального развития.....	94
Резюме.....	110
<i>Практикум</i>	111
<i>Список рекомендуемой литературы</i>	111
Глава 5. Особенности маркетинга страны.....	113
5.1. Страна и государство как объекты маркетинга.....	113
5.2. Позиционирование страны и специфика формирования территориального продукта страны.....	117
5.3. Специфика маркетинга различных стран.....	121
Резюме.....	131
<i>Практикум</i>	131
<i>Список рекомендуемой литературы</i>	134
Глава 6. Маркетинг регионов.....	135
6.1. Региональный маркетинг и маркетинг территорий: общее и специфическое.....	135
6.2. Регион как продукт: маркетинговая привлекательность.....	139
Резюме.....	146
<i>Практикум</i>	147
<i>Список рекомендуемой литературы</i>	149
Глава 7. Маркетинг города.....	151
7.1. Город как особый предмет маркетинговой деятельности.....	151
7.2. Средства маркетинга города.....	156
7.3. Маркетинг партнерских отношений в городах.....	161
Резюме.....	163
<i>Практикум</i>	164
<i>Список рекомендуемой литературы</i>	167
Глава 8. Маркетинг локальных мест.....	168
8.1. Маркетинг туристских зон.....	168
8.2. Маркетинг инновационных зон.....	174
8.3. Маркетинг агропромышленных зон.....	179
Резюме.....	184
<i>Практикум</i>	185
<i>Список рекомендуемой литературы</i>	188

Раздел III. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ МАРКЕТИНГА ТЕРРИТОРИЙ

Глава 9. Организация маркетинга территорий.....	191
9.1. Процесс внедрения маркетинга территории в территориальное управление.....	191
9.2. Этапы организации территориального маркетинга.....	194
9.3. Показатели результативности маркетинга территорий.....	198
Резюме.....	200
<i>Практикум</i>	201
<i>Список рекомендуемой литературы</i>	203

Глава 10. Маркетинг структурных образований территорий	204
10.1. Маркетинг кластеров.....	204
10.2. Маркетинг специализированных социально-экономических территорий.....	212
10.3. Креативный и интеллектуальный потенциал территории как условие развития территориального маркетинга.....	220
Резюме.....	226
<i>Практикум</i>	227
<i>Список рекомендуемой литературы</i>	229

Раздел IV. МЕХАНИЗМЫ И ТЕХНОЛОГИИ МАРКЕТИНГА ТЕРРИТОРИЙ

Глава 11. Инструменты исследований в маркетинге территорий	233
11.1. Понятие и виды инструментов исследований в маркетинге территории ...	233
11.2. Индексы и рейтинги территории как комплексные показатели информации.....	243
Резюме.....	248
<i>Практикум</i>	249
<i>Список рекомендуемой литературы</i>	249
Глава 12. Маркетинговые коммуникации территорий	251
12.1. Комплекс маркетинговых коммуникаций территории.....	251
12.2. Цели и задачи маркетинговых коммуникаций в территориальном развитии.....	255
12.3. Виды коммуникаций маркетинга территории.....	260
Резюме.....	267
<i>Практикум</i>	267
<i>Список рекомендуемой литературы</i>	271
Глава 13. Управление имиджем территории	272
13.1. Понятие и виды территориального имиджа.....	272
13.2. Современные технологии формирования имиджа территорий.....	280
Резюме.....	287
<i>Практикум</i>	288
<i>Список рекомендуемой литературы</i>	291
Глава 14. Бренды и брендинг территорий	292
14.1. Понятие бренда и брендинга территорий. Классификация территориальных брендов.....	292
14.2. Архитектура территориальных брендов.....	299
14.3. Аудит бренда территории.....	302
Резюме.....	304
<i>Практикум</i>	305
<i>Список рекомендуемой литературы</i>	306

Раздел V. СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ МАРКЕТИНГ ТЕРРИТОРИЙ

Глава 15. «Зеленый маркетинг» территорий	311
15.1. Понятие и особенности формирования «зеленого маркетинга» территорий.....	311

15.2. Методы реализации «зеленого маркетинга» территорий.....	315
Резюме.....	319
<i>Практикум</i>	320
<i>Список рекомендуемой литературы</i>	322
Глава 16. Инвестиционный маркетинг территорий.....	323
16.1. Инвестиционный климат как составляющая территориального маркетинга.....	323
16.2. Инвестиционный имидж и его влияние на развитие территории.....	333
Резюме.....	337
<i>Практикум</i>	337
<i>Список рекомендуемой литературы</i>	342
Глава 17. Отраслевые аспекты территориального маркетинга.....	343
17.1. Музейный маркетинг.....	343
17.2. Территориальный маркетинг образовательных услуг.....	350
17.3. Маркетинг внешнеэкономической деятельности.....	354
17.4. Туризм как фактор успешности маркетинга территории.....	371
Резюме.....	376
<i>Практикум</i>	376
<i>Список рекомендуемой литературы</i>	377
Заключение.....	379
Рекомендуемая литература.....	380