

**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

<b>Глава 1. Предмет маркетинга территорий.....</b>	<b>19</b>
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>
<b>Глава 2. Виды маркетинга территорий.....</b>	<b>32</b>
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>
<b>Глава 3. Территориальная конкуренция и конкурентоспособность.....</b>	<b>44</b>
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

<b>Глава 4. Маркетинговые стратегии развития территорий.....</b>	<b>81</b>
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
<b>Глава 5. Особенности маркетинга страны.....</b>	<b>113</b>
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
<b>Глава 6. Маркетинг регионов.....</b>	<b>135</b>
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
<b>Глава 7. Маркетинг города.....</b>	<b>151</b>
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
<b>Глава 8. Маркетинг локальных мест.....</b>	<b>168</b>
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**

<b>Глава 9. Организация маркетинга территорий.....</b>	<b>191</b>
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

<b>Глава 10. Маркетинг структурных образований территорий</b> .....	<b>204</b>
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**

<b>Глава 11. Инструменты исследований в маркетинге территорий</b> .....	<b>233</b>
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
<b>Глава 12. Маркетинговые коммуникации территорий</b> .....	<b>251</b>
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
<b>Глава 13. Управление имиджем территории</b> .....	<b>272</b>
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
<b>Глава 14. Бренды и брендинг территорий</b> .....	<b>292</b>
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**

<b>Глава 15. «Зеленый маркетинг» территорий</b> .....	<b>311</b>
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
<b>Глава 16. Инвестиционный маркетинг территорий.....</b>	<b>323</b>
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
<b>Глава 17. Отраслевые аспекты территориального маркетинга.....</b>	<b>343</b>
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
<b>Заключение.....</b>	<b>379</b>
<b>Рекомендуемая литература.....</b>	<b>380</b>