

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
"РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ РАДИОТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
В.Ф. УТКИНА"

СОГЛАСОВАНО
Зав. выпускающей кафедры

УТВЕРЖДАЮ

Маркетинг в государственном управлении
рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Государственного, муниципального и корпоративного управления
Учебный план	z38.04.04_25_00.plx 38.04.04 Государственное и муниципальное управление
Квалификация	магистр
Форма обучения	заочная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	2		Итого	
Вид занятий	уп	рп		
Лекции	8	8	8	8
Практические	8	8	8	8
Иная контактная работа	0,35	0,35	0,35	0,35
Консультирование перед экзаменом и практикой	2	2	2	2
Итого ауд.	18,35	18,35	18,35	18,35
Контактная работа	18,35	18,35	18,35	18,35
Сам. работа	71	71	71	71
Часы на контроль	8,65	8,65	8,65	8,65
Контрольная работа заочники	10	10	10	10
Итого	108	108	108	108

г. Рязань

Программу составил(и):

к.э.н., доц., Нефедова Елена Евгеньевна

Рабочая программа дисциплины

Маркетинг в государственном управлении

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

ФГОС ВО - магистратура по направлению подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление (приказ Минобрнауки России от 13.08.2020 г. № 1000)

составлена на основании учебного плана:

38.04.04 Государственное и муниципальное управление

утвержденного учёным советом вуза от 28.02.2025 протокол № 8.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Государственного, муниципального и корпоративного управления

Протокол от 04.04.2025 г. № 4

Срок действия программы: 2025-2028 уч.г.

Зав. кафедрой Перфильев Сергей Валерьевич

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры
Государственного, муниципального и корпоративного управления

Протокол от _____ 2026 г. № ____

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры
Государственного, муниципального и корпоративного управления

Протокол от _____ 2027 г. № ____

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2028-2029 учебном году на заседании кафедры
Государственного, муниципального и корпоративного управления

Протокол от _____ 2028 г. № ____

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2029-2030 учебном году на заседании кафедры

Государственного, муниципального и корпоративного управления

Протокол от _____ 2029 г. № ____

Зав. кафедрой _____

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1	Задачи дисциплины «Маркетинг в государственном управлении» являются :
1.2	- формирование знаний в области некоммерческого маркетинга как концепции и системы взаимодействия государственных структур в целях эффективной деятельности с учетом требований населения и потребителей, внутренних возможностей государственных органов управления и муниципальных органов самоуправления;
1.3	- умений использования маркетинговых технологий, методов и решений в управлении экономикой и социальной сферой.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.В
2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Научно-техническая и промышленная политика РФ
2.1.2	Социальное проектирование
2.1.3	Управление в социальной сфере
2.1.4	Управление деятельностью государственного органа
2.1.5	Антикоррупционная политика
2.1.6	Ознакомительная практика
2.1.7	Проектный офис
2.1.8	Управление территориальным развитием
2.1.9	Учебная практика
2.1.10	Кадровая политика и кадровый аудит
2.1.11	Политический менеджмент и электронная демократия
2.1.12	Теория и механизмы современного государственного управления
2.1.13	Управление в социальной сфере
2.1.14	Управление в социальной сфере
2.2 Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.2	Преддипломная практика

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ПК-2: Способен разрабатывать и реализовывать проекты в сфере государственного и муниципального управления	
ПК-2.2. Использует инструменты экономической политики в своей профессиональной деятельности	
Знать	
Уметь	
Владеть	

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1 Знать:	
3.1.1	современные маркетинговые технологии и возможности их применения в государственном управлении
3.2 Уметь:	
3.2.1	применять маркетинговые технологии для решения профессиональных задач в сфере государственного управления
3.3 Владеть:	
3.3.1	навыками подбора и применения маркетинговых технологий для решения профессиональных задач в сфере государственного управления

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)						
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Форма контроля
	Раздел 1.					

1.1	Маркетинг: теоретические основы и возможности применения в государственном и муниципальном управлении. /Тема/	2	0			
1.2	Маркетинг: теоретические основы и возможности применения в государственном и муниципальном управлении. Маркетинг в государственном управлении. Объекты маркетинга. Специфика маркетинга в государственном управлении /Лек/	2	1	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э5 Э6 Э7	Лекция
1.3	Изучение конспекта лекций, основной и дополнительной литературы. Подготовка к практическому занятию и экзамену /Ср/	2	16	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.2Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э5 Э6 Э7	Самостоятельное изучение материалов по теме дисциплины
1.4	Использование механизмов маркетинга в деятельности органов государственной власти и государственных организациях /Тема/	2	0			
1.5	Использование механизмов маркетинга в деятельности органов государственной власти и государственных организациях. Использование принципов маркетинга в системе государственного управления: маркетинг в регулировании социально-экономических процессов и в предоставлении социальных благ (бюджетных услуг) населению Двойственность понятия «government marketing» в мировой научно-практической литературе: позиционирование государства в качестве субъекта или объекта маркетинга. Маркетинг как основа планирования территориального развития и отраслевых политик. /Лек/	2	1	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э5 Э6 Э7	Лекция
1.6	Использование механизмов маркетинга в деятельности органов государственной власти и государственных организациях /Пр/	2	2	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.4 Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э5 Э6 Э7	дискуссия, решение задач
1.7	Изучение конспекта лекций, основной и дополнительной литературы. Подготовка к практическому занятию и экзамену /Ср/	2	15	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.2Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э5 Э6 Э7	Самостоятельное изучение материалов по теме дисциплины
1.8	Комплекс средств маркетинга в ГМУ. /Тема/	2	0			
1.9	Комплекс средств маркетинга в ГМУ. Маркетинг –микс .Продукт в ГМУ. Типы и уровни продукта. Цена продукта и стратегии корректировки цен. Продвижение продукта в ГМУ. Соотношение «клиентов-граждан» и «клиентов-заявителей» в маркетинг-ориентированном /Лек/	2	2	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.2 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э5 Э6 Э7	
1.10	Комплекс средств маркетинга в ГМУ. /Пр/	2	2	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э5 Э6 Э7	дискуссия , решение задач
1.11	Изучение конспекта лекций, основной и дополнительной литературы. Подготовка к практическому занятию и экзамену /Ср/	2	15	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.2Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э5 Э6 Э7	Самостоятельное изучение материалов по теме дисциплины
1.12	Современные маркетинговые технологии в государственном и муниципальном управлении экономикой и социальной сфере /Тема/	2	0			

1.13	Современные маркетинговые технологии в государственном и муниципальном управлении экономикой и социальной сфере Технологии маркетинга как совокупность стадий, операций, приемов и действий, необходимых для эффективного государственного управления экономикой и социальной сферой. Информационные маркетинговые технологии. Определение CRM-технологии. Инструменты и основные проблемы при реализации CRM-технологий. CRM и методика планирования управленческих решений в экономической и социальной сферах /Лек/	2	2	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.2 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э5 Э6 Э7	Лекция
1.14	Маркетинговые технологии в государственном управлении /Пр/	2	2	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э5 Э6 Э7	дискуссия, решение задач
1.15	Изучение конспекта лекций, основной и дополнительной литературы. Подготовка к практическому занятию и экзамену /Ср/	2	15	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.2Л2.4 Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э5 Э6 Э7	Самостоятельн ое изучение материалов по теме дисциплины
1.16	Некоммерческий (социальный) маркетинг Сфера применения некоммерческого маркетинга /Тема/	2	0			
1.17	Некоммерческий (социальный) маркетинг Сфера применения некоммерческого маркетинга /Лек/	2	2	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.3 Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э5 Э6 Э7	Лекция
1.18	Некоммерческий (социальный) маркетинг Сфера применения некоммерческого маркетинга /Пр/	2	2	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э5 Э6 Э7	решение ситуационных задач
1.19	Изучение конспекта лекций, основной и дополнительной литературы. Подготовка к практическому занятию и экзамену /Ср/	2	10	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.2Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э5 Э6 Э7	Самостоятельн ое изучение материалов по теме дисциплины
	Раздел 2.					
2.1	Промежуточный контроль /Тема/	2	0			
2.2	Контрольная работа /КрЗ/	2	10	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7	
2.3	Консультация перед экзаменом /Кнс/	2	2	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В		Ответы на вопросы магистрантов возникшие при подготовке к экзамену
2.4	Подготовка к экзамену /Экзамен/	2	8,65	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7	Подготовка к экзамену по материалам дисциплины

2.5	Проведение экзамена /ИКР/	2	0,35	ПК-2.2-3 ПК-2.2-У ПК-2.2-В		Контрольные материалы по дисциплине
-----	---------------------------	---	------	----------------------------------	--	-------------------------------------

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

оценочные материалы приведены в приложении к рабочей программе дисциплины (см. документ "Оценочные материалы по дисциплине")

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

№	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Количество/название ЭБС
Л1.1	Лунева Е. А.	Современные маркетинговые технологии : учебное пособие	Омск: Омский государственный технический университет, 2017, 112 с.	978-5-8149-2418-6, http://www.iprbookshop.ru/78471.html
Л1.2	Егорова М. М., Логинова Е. Ю., Швайко И. Г.	Маркетинг : учебное пособие	Саратов: Научная книга, 2019, 159 с.	978-5-9758-1744-0, http://www.iprbookshop.ru/81021.html
Л1.3	Зюзина Н. Н.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебное пособие	Липецк: Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2019, 77 с.	978-5-88247-925-0, http://www.iprbookshop.ru/88795.html
Л1.4	Сафонова Л. А., Смоловик Г. Н., Королева В. П.	Интернет-маркетинг : учебное пособие	Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2019, 80 с.	2227-8397, http://www.iprbookshop.ru/90586.html
Л1.5	Алексеев С.В.	Правовое регулирование маркетинговой деятельности : Учеб.пособие для вузов	М.: ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2003, 463с	5-238-00514-8, 1

6.1.2. Дополнительная литература

№	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Количество/название ЭБС
Л2.1	Шабашова Л. А.	Маркетинговые исследования : учебное пособие	Симферополь: Университет экономики и управления, 2019, 160 с.	2227-8397, http://www.iprbookshop.ru/89492.html
Л2.2	Габинская О.С., Дмитриева Н.В.	Маркетинговые коммуникации : учеб. пособие	М.: Академия, 2010, 240с.	978-5-7695-6453-6, 1

№	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Количество/название ЭБС
Л2.3	Демидов С.В., Нелидкин А.М.	Социальный маркетинг: проблемы становления и перспективы развития : учеб. пособие	Рязань, 2012, 178с.	, 1
Л2.4	Богалдин-Малых В.В.	Бизнес-стратегии и операционный маркетинг на рынке услуг : учеб. пособие	М.: МПСИ, 2008, 608с.	978-5-9770-0237-0, 978-5-89395-888-1, 1
Л2.5		Маркетинг : под ред. проф. Л.А. Данченко	М.: Юрайт, 2017, 487с.	978-5-534-01560-7, 1

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Сайт гильдии маркетологов
Э2	Сайт Российской ассоциации маркетинга
Э3	Вопросы государственного и муниципального управления».
Э4	Энциклопедия маркетинга
Э5	On-line журнал по маркетингу 4p.ru
Э6	Маркетолог
Э7	Маркетинг в России и за рубежом

6.3 Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

6.3.1 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

Наименование	Описание
OpenOffice	Свободное ПО
Firefox	Свободное ПО
7 Zip	Свободное ПО

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	Информационно-правовой портал ГАРАНТ.РУ http://www.garant.ru
6.3.2.2	Система КонсультантПлюс http://www.consultant.ru

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1	424 а учебно-административный корпус . Учебная аудитория для проведения учебных занятий 28 посадочных мест, компьютерная техника (15ПК) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду РГРТУ, мультимедийное оборудование (проектор Ben Q, экран), специализированная мебель (стулья-28, столы-14), доска
2	426 учебно-административный корпус. Учебная аудитория для проведения учебных занятий 60 посадочных мест, ПК с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду РГРТУ, Мультимедийное оборудование (проектор Ben Q, экран), специализированная мебель (стулья-60, столы-30), доска

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Методическое обеспечение дисциплины приведено в приложении к рабочей программе дисциплины (см. документ "Методические указания дисциплины")

Оператор ЭДО ООО "Компания "Тензор"

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

ПОДПИСАНО
ЗАВЕДУЮЩИМ
КАФЕДРЫ

ФГБОУ ВО "РГРТУ", РГРТУ, Перфильев Сергей Валерьевич,
Заведующий кафедрой ГМКУ

Простая подпись

ПОДПИСАНО
ЗАВЕДУЮЩИМ
ВЫПУСКАЮЩЕЙ
КАФЕДРЫ

ФГБОУ ВО "РГРТУ", РГРТУ, Перфильев Сергей Валерьевич,
Заведующий кафедрой ГМКУ

Простая подпись