**Практическое пособие «Маркетинг города» в Библиотеке территориального развития**

На полках Библиотеки территориального развития опубликована работа Дениса Визгалова «Маркетинг города».

Автор отмечает, что российские города вступают в период активной и нарастающей конкуренции между собой, конкурируя за инвестиции, информационные потоки и прежде всего за людей. Удобное географическое положение или обилие полезных ископаемых уже не гарантируют территории экономический успех, поэтому одним из способов сохранения населения и поиска своей экономической и культурной ниши для городов— освоение маркетинговых технологий.

Автором изучен маркетинговый опыт более 80 городов мира и обобщен в типологии маркетинговых стратегий. Рассказывается о наиболее актуальных задачах маркетинга российских городов. Анализируются особенности различных отраслей городского маркетинга – инвестиционного, туристического и маркетинга, привлечения жителей. Особое внимание уделено практическим инструментам маркетинга – как организовать планирование маркетинга, как определить целевую аудиторию и выбрать правильные способы работы с ней, как сконструировать имидж города и эффективно позиционировать город в информационном пространстве.

Издание будет полезно для изучения исследователям, научным сотрудникам и специалистам в сфере управления городским и территориальным развитием.

Ознакомиться с исследованием можно в разделе «Специальная литература» по ссылке <https://urban.ranepa.ru/spetsialnaya-literatura/marketing-i-brending-gorodov-i-territoriy/marketing-goroda/>

**О проекте:**

Библиотека территориального развития – уникальный интернет-ресурс, основной целью которого является развитие и продвижение профессиональных знаний в области территориального развития у российских специалистов. Проект создан на базе кафедры территориального развития им. В.Л.Глазычева РАНХиГС при поддержке ДОМ.РФ. Соавтором проекта является Креативная лаборатория «Территория дизайна».