

Документ подписан простой электронной подписью  
 Информация о владельце:  
 ФИО: Ермакова Виктория Павловна  
 Должность: Директор школы авангардного гостеприимства и инноваций (ШАГИ)  
 Сочинского государственного университета  
 Дата подписания: 24.03.2026 10:36:20  
 Уникальный программный ключ:  
 e54076e55b73117661ddd57c83d3b08d1fdef5de

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования**  
**«Сочинский государственный университет»**



**СОГАСОВАНО**  
 Декан факультета ЭиП  
 С.В. Петрова  
 2023 г.



**УТВЕРЖДАЮ**  
 Проректор по УРиКОД  
 А.В. Иваненко  
 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Современные технологии территориального маркетинга**

**Шифр и направление подготовки** 38.04.04 Государственное и муниципальное управление

**Квалификация (степень) выпускника** магистр

**Профиль подготовки бакалавра** Технологии административного управления в государственном и муниципальном секторе

**Форма обучения** заочная

**Выпускающая кафедра** инновационных технологий в экономике и управлении

**Кафедра-разработчик рабочей программы** инновационных технологий в экономике и управлении

Год подготовки 2023

Курс	Трудоемкость (час/зет)	Лекцион. занятий, (час)	Практич. занятий (час)	Лаборат. занятий (час)	СРС (час)	КР/КП	РГР	Форма промежуточного контроля (экз/зачет)
Заочная форма								
2	108/3	4	8	-	87	-	-	Экзамен (9)
Итого:	108/3	4	8	-	87	-	-	Экзамен (9)

**Сочи 2023 г.**

Лист согласования рабочей программы дисциплины **Современные технологии  
территориального маркетинга**

Рабочую программу составили:

Кещян Н.А., к.э.н., доцент кафедры ИТв ЭиУ

Балабанова А.О., ст. преподаватель кафедры ИТв ЭиУ

*Кещян Н.А.*  
*Балабанова А.О.*

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА:**

Заведующий кафедрой инновационных технологий в экономике и управлении

Борисова Т.Г.

*Борисова Т.Г.*

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины соответствует библиотечному фонду СГУ:

Директор НОБ

*Игорь*  
подпись

*(Дорогосева И.В.)*  
Ф.И.О.

Структура рабочей программы соответствует предъявляемым требованиям:

Отдел качества образования и  
методического обеспечения

*Игорь*  
подпись

*Дорогосева И.В.*  
Ф.И.О.

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Рабочая программа переутверждена на 2025-2026 учебный год. Протокол № 8  
заседания кафедры от 25.04.2025 г.

Без изменений

Зав. кафедрой



Борисова Т.Г.

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины – является формирование у студентов целостного представления о современных технологиях территориального маркетинга, навыков и умения их применять и достижение результатов образования.

Задачи курса «Современные технологии территориального маркетинга»:

- сформировать представление о технологии маркетинга территорий;
  - раскрыть методы формирования и развития территориального маркетинга, сегментирования рынка и позиционирования территории;
  - познакомить с региональными исследованиями в маркетинг территорий; формированием брендинговой политики территории; финансово-экономическим обеспечением логистической системы территориального маркетинга;
  - дать представление о маркетинговых коммуникациях в продвижении территории, инвестиционном маркетинге территорий в условиях интеграционных процессов и краудсорсинге, как технологии территориального маркетинга;
  - формировать профессиональные и общекультурные компетенции в сфере современных технологий территориального маркетинга;
- вырабатывать практические навыки.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина является обязательной дисциплиной учебного плана.

Межпредметные связи дисциплины показаны в таблице 1.

Таблица 1 - Межпредметные связи дисциплины

Код и наименование компетенции	Дисциплины, участвующие в формировании компетенции
ОПК-8 - Способен организовывать внутренние и межведомственные коммуникации, взаимодействие органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации	Теория и механизмы современного государственного управления Управление чрезвычайными ситуациями в государственной и муниципальной сфере Современные избирательные технологии в публичном управлении Преддипломная практика

## 3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 2 – Компетенции и индикаторы их достижения

Компетенции и индикаторы их достижения		Результат обучения по дисциплине (показатели освоения компетенций)
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
ОПК-8 - Способен организовывать внутренние и межведомственные коммуникации, взаимодействие органов государственной власти и местного	ОПК-8.1. Способность организовывать внутренние и межведомственные коммуникации в государственной и муниципальной сфере	Знать: - методы анализа, планирования и организации профессиональной деятельности; Уметь: - использовать методы анализа, планирования и организации профессиональной деятельности; Владеть: - способностью к анализу, планированию и организации профессиональной деятельности.

<p>самоуправления с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации</p>	<p>ОПК-8.2. Способность обеспечить взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.</p>	<p>Знать: - современные методы диагностики, анализа и решения социально- экономических проблем, а также методами принятия решений и их реализации на практике;          Уметь: - использовать методы диагностики, анализа и решения социально- экономических проблем, а также методы принятия решений и их реализации на практике;          Владеть: - современными методами диагностики, анализа и решения социально- экономических проблем, а также методами принятия решений и их реализации на практике.</p>
--	--	--

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1 Тематический план дисциплины

#### Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Всего часов	Виды учебной нагрузки и их трудоемкость, часы			
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1	Тема 1. Технологии маркетинга территорий	8	2			6
2	Тема 2. Формирование и развитие территориального маркетинга	8	-	2		6
3	Тема 3. Сегментирование рынка и позиционирование территории	9	2			7
4	Тема 4. Региональные исследования в маркетинг территорий	9	-	2		7
5	Тема 5. Формирование брендинговой политики территории	9	-	-		9
6	Тема 6. Финансово-экономическое обеспечение логистической системы территориального маркетинга	9	-	-		9
7	Тема 7. Маркетинговые коммуникации в продвижении территории	9	-	-		9
8	Тема 8. Инвестиционный маркетинг территорий в условиях интеграционных процессов	9	-	2		7
9	Тема 9. Краудсорсинг как технология территориального маркетинга.	9	-	2		7
10	Контрольная работа	20				20
11	Экзамен	9				
	<b>ИТОГО</b>	<b>108</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>-</b>	<b>87</b>

#### 4.1.1. Лекционные занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание занятия
1.	Тема 1. Технологии маркетинга территорий;	Цель и задачи курса. Значение маркетинга территорий и его роль в территориальном управлении. Объект и предмет маркетинга территорий. Взаимоотношение маркетинга территорий с другими общественными науками.
2.	Тема 3. Сегментирование рынка и позиционирование территории;	Организационно-правовые формы и статус организации. Направления деятельности центра территориального маркетинга. Функции центра территориального маркетинга. Состав «группы успеха» и ее задачи. Сущность и необходимость сегментации в территориальном маркетинге. Базовая модель макросегментации в территориальном маркетинге (функции «кто», «что», «каким образом»). Критерии микросегментации в территориальном маркетинге. Выбор привлекательных для территории сегментов. Классификация потребителей в территориальном маркетинге. Основные группы потребителей в территориальном маркетинге, специфика потребностей каждой группы. Общие принципы анализа поведения потребителей. Факторы, определяющие поведение потребителей в территориальном маркетинге. Процесс принятия решений о выборе территории как привлекательного места проживания и/или осуществления деятельности. Позиционирование территории: сущность, принципы, задачи. Оценка сложившегося образа территории и усилия субъектов территориального маркетинга по осуществлению эффективного позиционирования территории. Дифференцирование территории: сущность, уровни дифференцирования (по отношению к другим территориям, и по отношению к разным группам потребителей).

#### 4.1.2. Практические занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание занятия
1.	Тема 2. Формирование и развитие территориального маркетинга;	Обсуждение вопросов темы занятия (устный опрос) Презентация доклада
2.	Тема 4. Региональные исследования в маркетинг территорий;	Обсуждение вопросов темы занятия (устный опрос) Презентация доклада
3.	Тема 8. Инвестиционный маркетинг территорий в условиях интеграционных процессов;	Обсуждение вопросов темы занятия (устный опрос) Презентация доклада
4.	Тема 9. Краудсорсинг, как технология территориального маркетинга.	Обсуждение вопросов темы занятия (устный опрос) Презентация доклада

#### 4.1.3. Лабораторные занятия

Не предусмотрены

#### 4.1.4. Самостоятельная работа студента

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Вид СРС
1	Тема 1. Технологии маркетинга территорий;	самостоятельное изучение темы лекции, поиск информации по вопросам занятия, подготовка докладов
2	Тема 2. Формирование и развитие	самостоятельное изучение темы лекции,

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Вид СРС
	территориального маркетинга;	поиск информации по вопросам занятия, подготовка докладов
3	Тема 3. Сегментирование рынка и позиционирование территории;	самостоятельное изучение темы лекции, поиск информации по вопросам занятия, подготовка докладов
4	Тема 4. Региональные исследования в маркетинг территорий;	самостоятельное изучение темы лекции, поиск информации по вопросам занятия, подготовка докладов
5	Тема 5. Формирование брендинговой политики территории;	самостоятельное изучение темы лекции, поиск информации по вопросам занятия, подготовка докладов
6	Тема 6. Финансово- экономическое обеспечение логистической системы территориального маркетинга;	самостоятельное изучение темы лекции, поиск информации по вопросам занятия, подготовка докладов
7	Тема 7. Маркетинговые коммуникации в продвижении территории	самостоятельное изучение темы лекции, поиск информации по вопросам занятия, подготовка докладов
8	Тема 8. Инвестиционный маркетинг территорий в условиях интеграционных процессов;	самостоятельное изучение темы лекции, поиск информации по вопросам занятия, подготовка докладов
9	Тема 9. Краудсорсинг, как технология территориального маркетинга.	самостоятельное изучение темы лекции, поиск информации по вопросам занятия, подготовка докладов
10	Контрольная работа	Написание контрольной работы

#### 4.1.5. Интерактивные занятия

Занятия в интерактивной форме не предусмотрены учебным планом

## 4.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 4.2.1. Литература

1. Реброва, Н. П. Территориальный маркетинг : учебное пособие / Н. П. Реброва. — Москва : Прометей, 2018. — 142 с. — ISBN 978-5-907003-29-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/94552.html> (дата обращения: 07.07.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Мурзин, А. Д. Управление развитием городских территорий : монография / А. Д. Мурзин. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2018. — 116 с. — ISBN 978-5-9275-2788-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/87767.html> (дата обращения: 07.07.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

3. Кметь, Е. Б. Управление маркетингом : учебник / Е. Б. Кметь, А. Г. Ким. — Саратов : Вузовское образование, 2016. — 284 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/43373.html> (дата обращения: 07.07.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

4. Акулич, И. Л. Международный маркетинг : учебник / И. Л. Акулич. — Минск : ТетраСистемс, Тетралит, 2014. — 512 с. — ISBN 978-985-7081-32-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/28128.html> (дата обращения: 07.07.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

5. Абрамов, Р. А. Стратегическое управление развитием территории : учебное

пособие / Р. А. Абрамов, И. В. Морозов. — Саратов : Ай Пи Ар Медиа, 2018. — 116 с. — ISBN 978-5-4497-0016-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/92116.html> (дата обращения: 07.07.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

6. Калужский, М. Л. Электронная коммерция. Маркетинговые сети и инфраструктура рынка / М. Л. Калужский. — Москва : Экономика, Омский государственный технический университет, 2014. — 327 с. — ISBN 978-5-282-03365-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/31693.html> (дата обращения: 07.07.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

7. Костылева, С. Ю. Экономический маркетинг : учебно-методическое пособие для студентов, обучающихся по направлениям подготовки «Экономика», «Менеджмент» / С. Ю. Костылева. — Саратов : Вузовское образование, 2015. — 187 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/34306.html> (дата обращения: 07.07.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8. Акулич, И. Л. Маркетинг : учебник / И. Л. Акулич. — Минск : Вышэйшая школа, 2014. — 544 с. — ISBN 978-985-06-2539-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/35493.html> (дата обращения: 07.07.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

9. Комлев, Е. Б. Актуальные проблемы маркетинга : курс лекций / Е. Б. Комлев. — Москва : Московский гуманитарный университет, 2014. — 130 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/39675.html> (дата обращения: 07.07.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

10. Даниленко, Е. П. Управление городскими территориями : учебное пособие / Е. П. Даниленко. — 2-е изд. — Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2021. — 167 с. — ISBN 978-5-361-00930-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/122955.html> (дата обращения: 12.12.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

11. Управление развитием городских территорий : учебное пособие / А. В. Кряхтунов, О. В. Богданова, Е. Г. Черных, К. Н. Айнуллина. — Тюмень : Тюменский индустриальный университет, 2021. — 90 с. — ISBN 978-5-9961-2737-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/122330.html> (дата обращения: 07.07.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

#### 4.2.2. Нормативные документы

1. Конституция Российской Федерации Принята на всенародном голосовании 12 де- кабря 1993 г. <http://ivo.garant.ru/SESSION/PILOT/main.htm>

2. Бюджетный кодекс Российской Федерации (БК РФ) от 31.07.1998 №145-ФЗ (принят ГД ФС РФ 17.07.1998г.) (в действующей редакции) <http://www.consultant.ru/popular/budget/>

3. Гражданский кодекс РФ (ГК РФ) от 26.01.1996 № 14-ФЗ Часть 2 (в действующей ре- дакции). <http://www.consultant.ru/popular/gkrfl/>

4. Гражданский кодекс РФ (ГК РФ) от 30.11.1994 № 51-ФЗ - Часть 1 (в действующей редакции) <http://www.consultant.ru/popular/gkrfl/>

5. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 07.06.2013) (с изм. и доп., вступ. в силу с 08.06.2013) // Собрание

законодательства РФ. – № 31. – 03.08.1998. – Ст. 3824.

6. Федеральный закон от 06.10.1999 № 184-ФЗ (ред. от 27.05.2014) «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации» // Российская газета, № 206, 19.10.1999.

7. Федеральный закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ (ред. от 27.05.2014) «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» // Российская газета, № 202, 08.10.2003.

8. Указ Президента РФ от 07.05.2012 N 597 «О мероприятиях по реализации государственной социальной политики» // Российская газета, № 102, 09.05.2012. 10. Указ Президента РФ от 07.05.2012 N 606 «О мерах по реализации демографической политики Российской Федерации» // Российская газета, N 102, 09.05.2012.

#### 4.2.3. Интернет-ресурсы и другие электронные информационные источники.

№	Наименование интернет-ресурсов и электронных информационных источников
1	Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Эр Медиа». – Саратов, [2010-]. – URL: <a href="http://www.iprbookshop.ru/">http://www.iprbookshop.ru/</a> (дата обращения: 26.06.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
2	Сетевая электронная библиотека классических университетов «Лань» : сайт / ООО ЭБС «Лань». – Санкт-Петербург, 2009 – . – URL: <a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a> (дата обращения: 26.06.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный
3	КонсультантПлюс: справочно-правовая система / Компания «Консультант-Плюс». – Москва, [1997-]. – Режим доступа: локальная сеть СГУ. – Текст : электронный.

#### 4.3. Текущая и промежуточная аттестации по дисциплине

Для оценки сформированности компетенций разрабатываются оценочные средства по дисциплине.

Форма и содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине раскрывается в фонде оценочных средств, который является отдельным документом.

Оценочные средства по дисциплине содержат:

- материалы для текущего контроля оценки знаний по дисциплине;
- материалы для промежуточного контроля оценки знаний по дисциплине.
- критерии оценивания;
- шкалы оценивания.

#### Примерные вопросы для подготовки к промежуточной аттестации

Вопросы к экзамену:

- 1) Значение маркетинга территорий и его роль в территориальном управлении.
- 2) Объект и предмет маркетинга территорий.
- 3) Взаимоотношение маркетинга территорий с другими общественными науками.
- 4) Маркетинг как рыночная концепция управления, значение маркетингового подхода к принятию управленческих решений.
- 5) Виды маркетинга: конверсионный маркетинг; стимулирующий маркетинг; развивающий маркетинг; ремаркетинг; синхромаркетинг; поддерживающий маркетинг; демаркетинг; противодействующий маркетинг.
- 6) Направления деятельности центра территориального маркетинга.
- 7) Функции центра территориального маркетинга.
- 8) Состав «группы успеха» и ее задачи.

9) Сущность и необходимость сегментации в территориальном маркетинге. Базовая модель макросегментации в территориальном маркетинге (функции «кто», «что», «каким образом»).

10) Критерии микросегментации в территориальном маркетинге. Выбор привлекательных для территории сегментов.

11) Классификация потребителей в территориальном маркетинге. Основные группы потребителей в территориальном маркетинге, специфика потребностей каждой группы.

12) Общие принципы анализа поведения потребителей.

13) Факторы, определяющие поведение потребителей в территориальном маркетинге.

14) Процесс принятия решений о выборе территории как привлекательного места проживания и/или осуществления деятельности.

15) Позиционирование территории: сущность, принципы, задачи.

16) Оценка сложившегося образа территории и усилия субъектов территориального маркетинга по осуществлению эффективного позиционирования территории.

17) Дифференцирование территории: сущность, уровни дифференцирования (по отношению к другим территориям, и по отношению к разным группам потребителей).

18) Какие методы применяются для оценки состояния региона.

19) В чем сущность балансового метода.

20) Какие методы оценки состояния регионов можно считать комплексными.

21) Для каких целей проводится оценка состояния регионов.

22) Имидж места и его измерение.

23) Формирование имиджа места.

24) Инструменты популяризации имиджа места: слоганы, темы и позиционирование, визуальные действия, события и действия.

25) Негативный имидж.

26) Продвижение имиджа места и его посланий.

27) Бренд территории.

28) Брендинг в государственном секторе.

29) Сущность и ключевые элементы бренда.

30) Функция бренда.

31) Создание желательной идентичности бренда.

32) Поддержание желательного имиджа бренда.

33) Повторное изобретение бренда.

34) Логистическая система территории. Цели логистической системы территории;

35) Субъект логистической системы;

36) Материальный поток логистической системы;

37) Финансовый поток логистической системы;

38) Информационный поток в логистической системе;

39) Логистическая операция и процесс.

40) Финансовые инструменты и основные средства (здания, сооружения, механизмы, оборудование, транспорт), формирующие ресурсное обеспечение субъектов логистической системы;

41) Стоимость логистического процесса;

42) Ресурсы субъекта логистической системы; Средства транспортировки.

43) Маркетинговый подход к проблемам управления регионами.

44) Практика региональных маркетинговых коммуникаций.

45) Современные проблемы региональных служб по связям с общественностью.

46) Организация региональных коммуникаций.

- 47) Содержательные, ценностные маркеры.
- 48) Все устойчивые ассоциативные символы.
- 49) Анализ социально-экономического развития и ресурсного потенциала территории.
- 50) Разработка среднесрочной стратегии развития территории (раздел "развитие").
- 51) Разработка целевых программ развития территории.
- 52) Тактический маркетинг и PR территории.
- 53) Выбор и анализ площадок для размещения бизнеса.
- 54) Брокеридж муниципальных земель и имущества.
- 55) Сопровождение приоритетных для территории инвестиционных проектов.
- 56) Вовлечение местных жителей, художников, музыкантов, общественных деятелей, журналистов в поддержку идей программы сити-брендинга.
- 57) Социальные значимые аудитории для территории.
- 58) Коммерческие проекты значимые для территории.
- 59) Имидж массового движения.
- 60) Роль первых лиц в продвижении территории.

**Примерные критерии оценивания результатов освоения дисциплины при проведении промежуточной аттестации:**

Нормы оценки знаний предполагают учёт индивидуальных особенностей обучающихся, дифференцированный подход к обучению, проверке знаний, умений, уровня формирования компетенций.

В устных и письменных ответах обучающихся при выполнении практических заданий и расчетов учитываются: глубина знаний, владение необходимыми умениями (в объеме программы), логичность изложения материала, включая обобщения, выводы, соблюдение норм литературной речи, владение навыками и приемами выполнения практических заданий, подтверждение сделанных при решении практических заданий выводов соответствующими нормативными документами, правильность расчета показателей, полнота и правильность раскрытых процедур и действий в предложенном практическом задании.

**Примерная шкала оценивания ответов обучающегося при проведении промежуточной аттестации по дисциплине (экзамен/дифференцированный зачет):**

Оценка «**отлично**» выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, чётко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приёмами выполнения практических задач, правильно и точно подтверждает сделанные при решении практических заданий выводы соответствующими нормативными документами, точно и правильно производит расчет показателей, демонстрирует полноту и правильность раскрытых процедур и действий в предложенном практическом задании.

Оценка «**хорошо**» выставляется обучающемуся, если он твёрдо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приёмами их выполнения.

Оценка «**удовлетворительно**» выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ, затрудняется подтвердить сделанные при решении практических заданий выводы хотя бы одним нормативным документом, допускает ошибки при проведении расчетов показателей, неточно использует основные процедуры и действия в предложенном практическом задании.

Оценка «**неудовлетворительно**» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка

«неудовлетворительно» ставится обучающимся, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

## **5. УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Методические рекомендации студентам по изучению дисциплины** В течение семестра студенты осуществляют учебные действия на лекционных и практических занятиях, усваивают и повторяют основные понятия. Контроль эффективности самостоятельной работы студентов осуществляется путем проверки освоения ими учебных заданий, предусмотренных для самостоятельной отработки.

Преподавание и изучение учебной дисциплины осуществляется в виде лекционных и практических занятий, групповых и индивидуальных форм работы, самостоятельной работы студентов.

**Методические рекомендации по подготовке студентов к практическим занятиям.**

Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине студентам необходимо научиться работать с литературой. Изучение дисциплины предполагает в том числе отслеживание публикаций в периодических изданиях и работу с Internet.

При подготовке к практическим занятиям студенты должны изучить рекомендованную литературу, ответить на вопросы и выполнить все задания для самостоятельной работы. При подготовке целесообразно на основе изучения рекомендованной литературы выписать в конспект основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий.

**Методические рекомендации студентам по организации самостоятельной работы по изучению литературных источников.**

При организации самостоятельной работы, следует обратить особое внимание на регулярность изучения литературы. В период изучения литературных источников необходимо так же вести конспект. В случае затруднений необходимо обратиться к преподавателю за разъяснениями.

**Методические рекомендации студентам по подготовке к экзамену.**

При подготовке к экзамену следует руководствоваться РПД. Студент должен иметь в виду, что некоторые вопросы, имеющиеся в программе, выносятся на самостоятельное изучение.

На экзамене студент должен показать знание содержания предмета, терминологии, умение свободно оперировать ею. При подготовке к ответу на экзамене студенту разрешено пользоваться рабочей программой дисциплины. Если студент при ответе на вопросы затрудняется с самостоятельным изложением материала, преподаватель имеет право задать ему ряд вопросов, побуждающих и направляющих студентов к полному высказыванию по данной теме в случае, если ответы на эти вопросы исчерпывают тему, оценка за ответ не снижается. Высказывания студентов должны соответствовать сути вопроса, быть логически выстроенными, доказательно раскрывать отношение отвечающего к излагаемой проблеме, выявлять личную точку зрения на использование тех или иных положений теоретического курса в практической работе.

Промежуточная аттестация может быть выставлена студенту по результатам федерального интернет тестирования (ФЭПО, интернет тренажеры).

### **5.1 Организация самостоятельной работы студента по дисциплине**

Самостоятельная работа студента является ключевой составляющей учебного процесса, которая определяет формирование навыков, умений и знаний, приемов познавательной деятельности и обеспечивает интерес к творческой работе.

Организация самостоятельной работы студентов осуществляется по трем

направлениям:

- определение цели, программы, плана задания или работы;
- со стороны преподавателя студенту оказывается помощь в технике изучения материала, подборе литературы;
- контроль усвоения знаний, приобретения навыков по дисциплине.

Мерами по обеспечению выполнения обучающимися всех видов самостоятельной работы являются (указать при наличии нижеперечисленных пунктов):

- наличие помещений для СРС;
- наличие раздаточного материала, учебно-методических материалов, обеспечение учебно-методической и справочной литературой всех видов самостоятельной работы.

## **5.2 Особенности преподавания дисциплины**

В целях максимального усвоения дисциплины используются следующие технологии обучения:

– Лекция - учебное занятие, составляющее основу теоретического обучения и дающее систематизированные основы научных знаний по дисциплине, раскрывающее состояние и перспективы развития соответствующей области науки и техники, концентрирующее внимание обучающихся на наиболее сложных, узловых вопросах, стимулирующее их познавательную деятельность и способствующее формированию творческого мышления.

– Практическая работа - совместная деятельность студентов в группе под руководством лидера, направленная на решение общей задачи путем творческого сложения результатов индивидуальной работы членов команды с делением полномочий и ответственности.

– Самостоятельная работа студента, предусматривает выполнение работы - задание, которое требует от студента воспроизведения и/или обработки полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем, и требующей, как правило, творческого подхода.

Преподавание дисциплины опирается на современный подход к обучению и ориентируется на внесение в процесс обучения новизны, обусловленной особенностями динамики развития жизни и деятельности, спецификой различных технологий обучения и потребностями личности, общества и государства в выработке у обучаемых социально полезных знаний, убеждений, черт и качеств характера, отношений и опыта поведения.

Проведение всех видов занятий при преподавании дисциплины, проведение консультаций, промежуточная и текущая аттестация возможна с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

## **5.3 Материально-техническое обеспечение дисциплины**

При обучении дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

1. Кабинет для проведения лекционных и практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: комплект специализированной мебели, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия.

2. Помещение для самостоятельной работы: библиотека, читальный зал: помещение для самостоятельной работы: столы, стулья. Компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» с обеспечением доступа в ЭИОС университета.

Дистанционная поддержка дисциплины.

Для передачи раздаточного материала к практическим занятиям, домашних заданий, обмена информацией с преподавателем используется электронная почта.

При реализации дисциплины возможно применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий. Для организации процесса реализации

дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий используется:

Лицензионное программное обеспечение

Состав продукта: Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint, Microsoft Access.

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

Таблица 5 – Перечень программного обеспечения

№	Перечень ПО
1	Microsoft Windows.
2	Microsoft Office
3	Архиватор 7-zip. Бесплатное программное обеспечение
4	Справочно-правовая система Консультант Плюс

При организации занятий, текущей и промежуточной аттестации с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий используются различные электронные образовательные ресурсы и онлайн сервисы, входящие в состав ЭИОС СГУ.

#### **5.4 Методическое обеспечение образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Условия организации и содержание обучения и контроля знаний инвалидов и обучающихся с ОВЗ по дисциплине определяются программой дисциплины, адаптированной при необходимости для обучения указанных обучающихся.

Организация обучения, текущей и промежуточной аттестации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Исходя из психофизического развития и состояния здоровья студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ, организуются занятия совместно с другими обучающимися в общих группах, используя социально-активные и рефлексивные методы обучения создания комфортного психологического климата в студенческой группе или, при соответствующем заявлении такого обучающегося, по индивидуальной программе, которая является модифицированным вариантом основной рабочей программы дисциплины. При этом содержание программы дисциплины не изменяется. Изменяются, как правило, формы обучения и контроля знаний, образовательные технологии и дидактические материалы.

Обучение студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ также может осуществляться индивидуально и/или с применением дистанционных технологий.

Дистанционное обучение обеспечивает возможность коммуникаций с преподавателем, а также с другими обучаемыми посредством вебинаров (например, с использованием программы Skype), что способствует сплочению группы, направляет учебную группу на совместную работу, обсуждение, принятие группового решения.

В учебном процессе для повышения уровня восприятия и переработки учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ применяются мультимедийные и специализированные технические средства приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с различными нарушениями, обеспечивается выпуск альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт), электронных образовательных ресурсов в формах, адаптированных к ограничениям здоровья обучающихся, наличие необходимого материально-технического оснащения.

Подбор и разработка учебных материалов производится преподавателем с учетом того, чтобы студенты с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения – аудиально (например, с использованием программ-синтезаторов

речи).

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ фонд оценочных средств по дисциплине, позволяющий оценить достижение ими результатов обучения и уровень сформированности компетенций, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, адаптируется для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа при прохождении аттестации.

**Приложение к рабочей программе  
дисциплины  
«Современные технологии территориального маркетинга».  
38.04.04 направление «Государственное и муниципальное  
управление»  
магистерская программа «Технологии административного управления в  
государственном и муниципальном секторе»  
магистратура**

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**Современные технологии территориального маркетинга**  
*Дисциплина обязательной части учебного плана*  
*Заочная форма обучения*

<b>Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)</b>	3 ЗЕТ / 108 час.
<b>Цель изучения дисциплины</b>	изучение основ управления государственными и муниципальными закупками и формирование у студентов системных знаний в области управления, размещения, исполнения и обеспечения государственных и муниципальных закупок, позволяющих в профессиональной деятельности эффективно использовать средства бюджета и внебюджетных источников финансирования для обеспечения государственных и муниципальных нужд.
<b>Содержание дисциплины</b>	Тема 1. Технологии маркетинга территорий Тема 2. Формирование и развитие территориального маркетинга Тема 3. Сегментирование рынка и позиционирование территории Тема 4. Региональные исследования в маркетинг территорий Тема 5. Формирование брендинговой политики территории Тема 6. Финансово-экономическое обеспечение логистической системы территориального маркетинга Тема 7. Маркетинговые коммуникации в продвижении территории Тема 8. Инвестиционный маркетинг территорий в условиях интеграционных процессов Тема 9. Краудсорсинг как технология территориального маркетинга.
<b>Формируемые компетенции (коды)</b>	ОПК-8
<b>Коды и наименование индикатора достижения компетенции</b>	ОПК-8.1. Способность организовывать внутренние и межведомственные коммуникации в государственной и муниципальной сфере ОПК-8.2. Способность обеспечить взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.
<b>Дисциплины, участвующие в формировании компетенции</b>	Преддипломная практика
<b>Образовательные технологии</b>	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	Экзамен