

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



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ Маркетинг территорий

Шифр и направление подготовки	38.03.04 Государственное и муниципальное управление
Квалификация (степень) выпускника	бакалавр
Профиль	Государственная и муниципальная служба
Форма обучения	Очная
Выпускающая кафедра	Инновационных технологий в экономике и управлении
Кафедра-разработчик рабочей программы	Инновационных технологий в экономике и управлении
Год начала подготовки	2023

Семестр	Трудоем- кость (час./зет.)	Лекцион. занятий, (час.)	Практич. занятий, (час.)	Лаборат. занятий, (час.)	СРС, (час.)	КР/КП	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
6	108/3	18	18	-	72	-	Зачет
Итого:	108/3	18	18	-	72	-	Зачет

Сочи, 2023 г.

Лист согласования рабочей программы дисциплины «Маркетинг территорий»

Рабочую программу составили:

Карамова Аида Саркисовна, к.э.н., доцент кафедры инновационных технологий в экономике и управлении

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА:

Заведующий кафедрой инновационных технологий в экономике и управлении

Борисова Т.Г.



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

Директор НОБ



подпись

Ф.И.О.

Структура рабочей программы соответствует предъявляемым требованиям:

Отдел качества образования и методического обеспечения



подпись

Ф.И.О.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Рабочая программа переутверждена на 2024-2025 учебный год. Протокол №6
заседания кафедры от 13.02.2024 г.

Без изменений

Зав. кафедрой



Борисова Т.Г.

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью изучения дисциплины является формирование профессиональных компетенций в области маркетинга территорий, приобретение знаний и умений исследования территориальных рынков, изучение роли территориального маркетинга в сфере государственного и муниципального управления и применение инструментов маркетинга территорий на практике с целью повышения эффективности управления территориями.

Задачи курса:

- получить базовые представления о целях и задачах маркетинга территорий, роли маркетинга территорий в современном обществе;
- знать основные понятия и определения маркетинга территорий;
- знать общие основы управления территорией с позиции территориального маркетинга;
- формулировать и корректировать цели, задачи, видение, соответствующие специфике внешней и внутренней среды территории;
- координировать усилия всех субъектов маркетинга территорий;
- выбирать наиболее оптимальные процессы и методы управления по развитию инструментов комплекса маркетинга территорий;
- иметь представление о мотивах выбора территории, критериях предпочтения территории для разных групп потребителей;
- разрабатывать и применять необходимые механизмы для решения конкретных задач в области сегментации рынка и позиционирования территории;
- выявлять и развивать конкурентные преимущества территории;
- получение навыков в области формирования и выбора деловых и функциональных стратегий развития территории.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Таблица 1 – Дисциплины, участвующие в формировании компетенции

Код и наименование компетенции	Дисциплины, участвующие в формировании компетенции
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Основы проектной деятельности Правоведение Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально-ориентированными НКО Экономика государственного муниципального сектора Региональное управление и территориальное планирование Государственное управление инновациями Ознакомительная практика Организационно-управленческая практика Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы Социальные инновации и предпринимательство
ПК-4 Способен анализировать и использовать основы экономических знаний в профессиональной деятельности, в том числе, применять основные экономические методы и инструменты для управления в государственной и муниципальной сфере	Прогнозирование и планирование Экономика государственного муниципального сектора Региональное управление и территориальное планирование Государственное регулирование демографических и миграционных процессов Статистические методы в государственном и муниципальном управлении

Код и наименование компетенции	Дисциплины, участвующие в формировании компетенции
	Управленческий анализ хозяйственной деятельности Государственное управление инновациями Управление городским хозяйством Экономика города Государственное регулирование экономики Экономическая политика государства Исполнительно-распорядительная практика

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Требования к результатам освоения дисциплины представлены в виде таблицы 2.

Таблица 2 – Компетенции и индикаторы их достижения

Компетенции и индикаторы их достижения		
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результат обучения по дисциплине
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1 Демонстрирует способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты	Знать: сущность маркетинга территорий, его цели, задачи, основные понятия, концепции, принципы и функции; Уметь: сегментировать территориальные рынки, осуществлять позиционирование и дифференциацию территорий; Владеть: приемами и методами проведения маркетинговых исследований в сфере территориального маркетинга;
	УК-2.2 Анализирует альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ	Знать: субъекты территориального маркетинга. Уметь: составлять анкеты и проводить маркетинговые исследования; Владеть: основными стратегиями маркетинга территорий;
	УК-2.3 Использует различные методики для разработки целей и задач проекта; руководствуется методами оценки продолжительности и стоимости проекта, а также может рассчитать ресурсные затраты	Знать: элементы комплекса маркетинга территорий. Уметь: разрабатывать товарные, ценовые и коммуникативные стратегии в разрезе объектов территориального маркетинга; Владеть: навыками проведения маркетинговых исследований и оценки эффективности разрабатываемых и применяемых решений в области маркетинга территорий;
ПК-4 Способен анализировать и использовать основы экономических знаний в	ПК-4.1 Способен использовать современные методы управления, направленные на своевременное получение	Знать: современные методы государственного управления инновациями, для своевременной оценки и получения данных о

Компетенции и индикаторы их достижения		
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результат обучения по дисциплине
профессиональной деятельности, в том числе, применять основные экономические методы и инструменты для управления в государственной и муниципальной сфере	качественных результатов, определения рисков, эффективного управления ресурсами, готовность к его реализации с использованием инновационных технологий	качественных результатах, определения рисков, эффективности управления ресурсами; Уметь: применять в практической деятельности современные методы управления, с целью определения рисков; Владеть: современными технологиями бережливого производства с целью эффективного управления ресурсами.
	ПК-4.2 Способен разрабатывать социально-экономические проекты (программы развития), оценивать экономические, социальные, политические условия и последствия реализации государственных (муниципальных) программ	Знать: - современные методы разработки социально-экономических проектов; Уметь: оценивать экономические, социальные, политические условия и последствия реализации государственных (муниципальных) программ Владеть: навыками получения данных о качественных результатах, определения рисков, эффективности управления ресурсами.
	ПК-4.3 Способен использовать методы количественного и качественного анализа при оценке состояния экономической, социальной, профессиональной деятельности	Знать: методы количественного и качественного анализа при оценке состояния экономической, социальной, профессиональной деятельности; Уметь: применять методы количественного и качественного анализа при оценке состояния экономической, социальной, профессиональной деятельности; Владеть: технологиями и методами государственного управления инновациями для количественного и качественного анализа при оценке состояния экономической, социальной, профессиональной деятельности.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Тематический план дисциплины

Таблица 3 – Распределение фонда времени по темам дисциплины

№ раздела	Наименование раздела дисциплины	Всего часов	Виды учебной нагрузки и их трудоемкость, часы			
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС
1	Тема 1. Теоретические основы маркетинга территорий	12	2	2	-	8
2	Тема 2. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности территории	12	2	2	-	8
3	Тема 3. Стратегии маркетинга территорий	12	2	2	-	8
4	Тема 4. Позиционирование, оценка конкурентоспособности территорий	12	2	2	-	8
5	Тема 5. Коммуникации в маркетинге территорий	12	2	2	-	8
6	Тема 6. Маркетинг территорий как управленческая концепция. Территория как продукт	12	2	2	-	8
7	Тема 7. Целевые группы маркетинга территориального. Факторы маркетинга территорий	12	2	2	-	8
8	Тема 8. Позиционирование и дифференцирование территории	12	2	2	-	8
9	Тема 9. Конкурентоспособность и конкурентные преимущества территории	12	2	2	-	8
10	Зачет	-	-	-	-	-
ИТОГО		108	18	18	-	72

4.1.1 Лекционные занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1	Тема 1. Теоретические основы маркетинга территорий	Сущность маркетинга территорий. Цели и задачи маркетинга территорий. Разновидности территориального маркетинга. Субъекты и объекты маркетинга территорий. Правовое обеспечение маркетинга
2	Тема 2. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности территории	Маркетинговые исследования в территориальном маркетинге. Структура проведения маркетингового исследования территории. Маркетинговая среда: потребители ресурсов и общественных благ территории. Комплексная оценка конкурентоспособности региона
3	Тема 3. Стратегии маркетинга территорий	Общие характеристики базовых стратегий маркетинга территорий. Маркетинг имиджа.

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
		Маркетинг привлекательности. Маркетинг инфраструктуры. Маркетинг населения и персонала
4	Тема 4. Позиционирование, оценка конкурентоспособности территорий	Позиционирование территорий. Оценка конкурентоспособности территорий. Структура и маркетинг интеллектуального капитала региона.
5	Тема 5. Коммуникации в маркетинге территорий	Реклама и другие коммуникации в маркетинге территорий. PR – мероприятия в продвижении территорий. Бренды территорий и их структура. Выставочно-ярмарочная деятельность как фактор развития экономики территорий. Интернет-маркетинг территорий
6	Тема 6. Маркетинг территорий как управленческая концепция. Территория как продукт	Концепции маркетинга территории. субъекты маркетинга территории, цели и интересы.
7	Тема 7. Целевые группы маркетинга территориального. Факторы маркетинга территорий	Целевые группы – резиденты, нерезиденты, юридические лица. Потребители реальные и потенциальные. Инициатор. Лицо влияния. Лицо утверждающее решение. Покупатель и пользователь.
8	Тема 8. Позиционирование и дифференцирование территории	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).
9	Тема 9. Конкурентоспособность и конкурентные преимущества территории	Конкурентоспособность территории. Конкурентный анализ. Конкурентные преимущества территории. Становление и развитие конкуренции между территориями

4.1.2 Практические занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1	Тема 1. Теоретические основы маркетинга территорий	Задания для практических занятий.
2	Тема 2. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности территории	Задания для практических занятий.
3	Тема 3. Стратегии маркетинга территорий	Задания для практических занятий.
4	Тема 4. Позиционирование, оценка конкурентоспособности территорий	Задания для практических занятий.
5	Тема 5. Коммуникации в маркетинге территорий	Задания для практических занятий.
6	Тема 6. Маркетинг территорий как управленческая концепция. Территория как продукт	Задания для практических занятий.
7	Тема 7. Целевые группы маркетинга территориального. Факторы маркетинга территорий	Задания для практических занятий.

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
8	Тема 8. Позиционирование и дифференцирование территории	Задания для практических занятий.
9	Тема 9. Конкурентоспособность и конкурентные преимущества территории	Задания для практических занятий.

4.1.3 Лабораторные занятия не предусмотрены учебным планом.

4.1.4 Самостоятельная работа студента.

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Вид СРС
1	Тема 1. Теоретические основы маркетинга территорий	Работа с учебной и справочной литературой
2	Тема 2. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности территории	Изучение нормативных правовых актов, научных публикаций по теме
3	Тема 3. Стратегии маркетинга территорий	Доработка конспекта лекции
4	Тема 4. Позиционирование, оценка конкурентоспособности территорий	Изучение вопросов лекции, работа с литературой по теме.
5	Тема 5. Коммуникации в маркетинге территорий	Раскрыть содержание понятий и терминов.
6	Тема 6. Маркетинг территорий как управленческая концепция. Территория как продукт	Самостоятельное изучение тем дисциплины, подготовка заданий.
7	Тема 7. Целевые группы маркетинга территориального. Факторы маркетинга территорий	Самостоятельное изучение тем дисциплины, подготовка заданий.
8	Тема 8. Позиционирование и дифференцирование территории	Самостоятельное изучение тем дисциплины, подготовка заданий.
9	Тема 9. Конкурентоспособность и конкурентные преимущества территории	Самостоятельное изучение тем дисциплины, подготовка заданий.

4.1.5 Интерактивные формы занятий – не предусмотрены.

4.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

4.2.1. Литература

1. Маркетинг и социальная экспертиза территорий : учебное пособие / Н. В. Веселкова, М. Н. Вандышев, Ю. В. Мокерова, Г. А. Савчук ; под редакцией Н. В. Веселковой. — Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2018. — 156 с. — ISBN 978-5-7996-2458-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/107053.html> (дата обращения: 24.05.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Позднякова, Ж. С. Маркетинг территорий : учебное пособие / Ж. С. Позднякова, Л. В. Алферова. — 2-е изд. — Челябинск, Саратов : Южно-Уральский институт управления и экономики, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 235 с. — ISBN 978-5-4486-0675-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/81483.html> (дата обращения: 24.05.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/81483>

3. Чечулин, А. В. Маркетинг территорий. Как города и страны привлекают туристов, новых жителей и бизнес / А. В. Чечулин. — Санкт-Петербург : КАРО, 2021. — 144 с. — ISBN 978-5-9925-1507-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART

: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/109684.html> (дата обращения: 24.05.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4. Управление маркетингом : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг» / Н. Д. Эриашвили, А. В. Коротков, И. М. Синяева [и др.] ; под редакцией А. В. Коротков, И. М. Синяева. — 2-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 463 с. — ISBN 5-238-00883-X. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/71205.html> (дата обращения: 24.05.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4.2.2 Нормативная литература

1. Гражданский кодекс РФ

2. Указ Президента РФ от 28 апреля 2008г. No 607 «Об оценке эффективности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов».

3. Распоряжение Правительства РФ от 11.09.2008 No 1313-р, в целях реализации указа Президента РФ от 28 апреля 2008г. No 607 (содержит методику мониторинга эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов).

4. Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в РФ» <http://www.consultant.ru/popular/selfgovernment/>

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: http://www.iprbookshop.ru/ (дата обращения: 03.07.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст : электронный.
2	Сетевая электронная библиотека классических университетов «Лань» : сайт / ООО ЭБС «Лань». — Санкт-Петербург, 2009 — . — URL: https://e.lanbook.com/ (дата обращения: 03.07.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст : электронный
3	КонсультантПлюс: справочно-правовая система / Компания «КонсультантПлюс». — Москва, 1997-. — Режим доступа: локальная сеть СГУ. — Текст : электронный.

4.3 Формы и содержание текущей и промежуточной 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:

Примерный перечень вопросов к зачету

1. Сущность маркетинга территорий
2. Цели и задачи маркетинга территорий
3. Разновидности территориального маркетинга
4. Субъекты и объекты маркетинга территорий
5. Характеристика основных групп потребителей в территориальном маркетинге
6. Состав и структура маркетинговой среды территории
7. Маркетинговые исследования в территориальном маркетинге

8. Структура проведения маркетингового исследования территории
9. Основные направления маркетинговых исследований
10. Источники и виды маркетинговой информации
11. Методика маркетинговых исследований
12. Правила и процедуры маркетинговых исследований
13. Маркетинговая среда: потребители ресурсов и общественных благ территории
14. Комплексная оценка конкурентоспособности региона
15. Маркетинг страны
16. Маркетинг региона
17. Маркетинг города
18. Маркетинг муниципального образования
19. Общие характеристики базовых стратегий маркетинга территорий
20. Маркетинг имиджа
21. Маркетинг привлекательности
22. Маркетинг инфраструктуры
23. Маркетинг населения и персонала
24. Позиционирование территорий
25. Оценка конкурентоспособности территорий
26. Структура и маркетинг интеллектуального капитала региона
27. Реклама и другие коммуникации в маркетинге территорий
28. PR – мероприятия в продвижении территорий
29. Бренды территорий и их структура
30. Выставочно-ярмарочная деятельность как фактор развития экономики территорий
31. Интернет-маркетинг территорий
32. Роль органов власти в организации взаимодействия и координации деятельности разных субъектов маркетинга территорий

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 (зачет)

Оценка «**зачтено**» - ответ на вопрос билета полный и правильный, даны правильные ответы на дополнительные вопросы. Изложение материала при ответах на вопрос построено грамотно, в определенной логической последовательности. Обучающийся показывает владение всеми индикаторами достижения компетенций дисциплины.

Оценка «**не зачтено**» - обучающийся не отвечает на вопросы или допускает грубые, существенные ошибки при ответах, не демонстрирует владения индикаторами достижения компетенций по дисциплине.

5. УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Методические рекомендации обучающимся 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 промежуточной аттестации по дисциплине (экзамен/дифференцированный зачет/зачет).

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

Студент должен показать знание содержания предмета, терминологии, умение свободно оперировать ею. При подготовке к ответу 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 тестирования, федерального интернет тестирования (ФЭПО, интернет тренажеры).

5.2 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.

5.3 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.

5.4 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:

- mail.ru – электронные почты преподавателя и группы;
- мессенджеры – приложения для коммуникаций;
- лицензионное программное обеспечение: Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint, Microsoft Access.

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

Таблица 9 – 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.

5.5 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.

**Направление бакалавриата 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление»
профиль
«Государственная и муниципальная служба»**

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины «Маркетинг территорий»

*Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений
учебного плана
Очная форма обучения*

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	3 зет. / 108 час.
Цель изучения дисциплины	Формирование профессиональных компетенций в области маркетинга территорий, приобретение знаний и умений исследования территориальных рынков, изучение роли территориального маркетинга в сфере государственного и муниципального управления и применение инструментов маркетинга территорий на практике с целью повышения эффективности управления территориями.
Содержание дисциплины	Теоретические основы маркетинга территорий Информационное обеспечение маркетинговой деятельности территории Стратегии маркетинга территорий Позиционирование, оценка конкурентоспособности территорий Коммуникации в маркетинге территорий Маркетинг территорий как управленческая концепция. Территория как продукт Целевые группы маркетинга территориального. Факторы маркетинга территорий Позиционирование и дифференцирование территории Конкурентоспособность и конкурентные преимущества территории
Формируемые компетенции (коды)	УК-2; ПК-4
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	УК-2.1 Демонстрирует способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты УК-2.2 Анализирует альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ УК-2.3 Использует различные методики для разработки целей и задач проекта; руководствуется методами оценки продолжительности и стоимости проекта, а также может рассчитать ресурсные затраты ПКУВ-4.1 Способен использовать современные методы управления, направленные на своевременное получение качественных результатов, определения рисков, эффективного управления ресурсами, готовность к его реализации с использованием инновационных технологий ПКУВ-4.2 Способен разрабатывать социально-экономические проекты (программы развития), оценивать экономические, социальные, политические условия и последствия реализации государственных (муниципальных) программ ПКУВ-4.3 Способен использовать методы количественного и качественного анализа при оценке состояния экономической, социальной, профессиональной деятельности
Дисциплины, участвующие в формировании компетенции	Основы проектной деятельности Правоведение Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально-ориентированными НКО

	Экономика государственного муниципального сектора Региональное управление и территориальное планирование Государственное управление инновациями Социальные инновации и предпринимательство Прогнозирование и планирование Государственное регулирование демографических и миграционных процессов Статистические методы в государственном и муниципальном управлении Управленческий анализ хозяйственной деятельности Управление городским хозяйством Экономика города Государственное регулирование экономики Экономическая политика государства Ознакомительная практика Организационно-управленческая практика Исполнительно-распорядительная практика
Образовательные технологии	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа
Форма промежуточной аттестации	Зачет