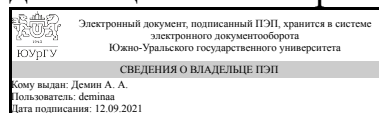


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института
Институт открытого и
дистанционного образования



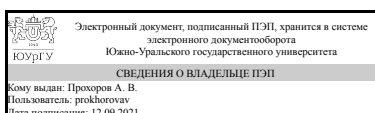
А. А. Демин

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины В.1.10 Маркетинг территорий
для направления 38.03.04 Государственное и муниципальное управление
уровень бакалавр тип программы Академический бакалавриат
профиль подготовки
форма обучения заочная
кафедра-разработчик Современные образовательные технологии

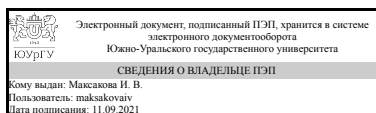
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление, утверждённым приказом Минобрнауки от 10.12.2014 № 1567

Зав.кафедрой разработчика,
к.техн.н., доц.



А. В. Прохоров

Разработчик программы,
к.техн.н., доц., доцент



И. В. Максакова

1. Цели и задачи дисциплины

Цель: реализация компетенций, установленных в Государственном образовательном стандарте высшего профессионального образования по подготовке бакалавров к управлению маркетинговой деятельностью организации с учетом территориальной специфики. Задачи: – формирование фундаментальных знаний в области построения маркетинговой информационной системы организации с учетом территориальной специфики; – изучение основ взаимодействия теории и практики управления маркетинговой деятельностью с учетом территориальных особенностей регионов; – получение навыков принятия различных управленческих решений в сфере маркетинга территорий.

Краткое содержание дисциплины

Основы маркетинга территорий. Уровни и виды маркетинга территорий. Маркетинговые инструменты анализа территорий. Маркетинговые стратегии территорий. Маркетинговое управление продвижения территорий.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУНы)
ПК-12 способностью разрабатывать социально-экономические проекты (программы развития), оценивать экономические, социальные, политические условия и последствия реализации государственных (муниципальных) программ	Знать: основные понятия науки маркетинга территории как социального и экономического явления; предмет маркетинговой деятельности в территориальном аспекте; зарубежный и отечественный опыт сегментирования и позиционирования территорий; виды и методологии проведения маркетинговых исследований в маркетинге территорий; современные подходы к продвижению территориальных образований;
	Уметь: определять приоритеты профессиональной деятельности, разрабатывать и эффективно исполнять управленческие решения, в том числе в условиях неопределенности и рисков, применять адекватные инструменты и технологии регулирующего воздействия при реализации управленческого решения; определять параметры качества управленческих решений и осуществления административных процессов, выявлять отклонения и принимать корректирующие меры.
	Владеть: навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности;
ПК-6 владением навыками количественного и качественного анализа при оценке состояния экономической, социальной, политической среды, деятельности органов государственной	Знать: - субъекты территориального маркетинга; - элементы комплекса маркетинга территорий; - маркетинговую среду территории; - виды, источники и методы получения маркетинговой

власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, государственных и муниципальных, предприятий и учреждений, политических партий, общественно-политических, коммерческих и некоммерческих организаций	информации
	Уметь: составлять анкеты и проводить маркетинговые исследования; - разрабатывать товарные, ценовые и коммуникативные стратегии в разрезе объектов территориального маркетинга; - использовать маркетинговый инструментарий в сфере маркетинга территорий
	Владеть: многокритериального маркетингового анализа многосторонних переговоров публичных выступлений

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Б.1.14 Основы менеджмента	ДВ.1.09.02 Мониторинг социально-экономического развития территории, ДВ.1.05.01 Анализ хозяйственной деятельности государственных и муниципальных предприятий

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
Б.1.14 Основы менеджмента	Знать: • основные теории стратегического менеджмента; • объективные тенденции развития современного менеджмента; • содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического управления; • методы получения, обобщения и использования управленческой информации при разработке стратегических управленческих решений и планов; • теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации; Уметь: • ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций; • разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации; Владеть • методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы; • механизмами реализации основных функций менеджмента в практике стратегического управления организациями; • приемами анализа и учета тенденций изменения рынка и экономического роста в стратегическом планировании организации;

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч.

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам
		в часах
		Номер семестра
		7
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
<i>Аудиторные занятия:</i>	12	12
Лекции (Л)	8	8
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	4	4
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	96	96
Самостоятельное изучение разделов дисциплины и выполнение заданий	60	60
Подготовка к зачету	36	36
Вид итогового контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Основы маркетинга территорий	1	1	0	0
2	Уровни и виды маркетинга территорий	2	1	1	0
3	Маркетинговые инструменты анализа территорий	3	2	1	0
4	Маркетинговые стратегии территорий	3	2	1	0
5	Маркетинговое управление продвижением территорий	3	2	1	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Основы маркетинга территорий	1
1	2	Уровни и виды маркетинга территорий	1
2	3	Маркетинговые инструменты анализа территорий	2
3	4	Маркетинговые стратегии территорий	2
4	5	Маркетинговое управление продвижением территорий	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	2	Уровни и виды маркетинга территорий	1
1	3	Маркетинговые инструменты анализа территорий	1
2	4	Маркетинговые стратегии территорий	1
2	5	Маркетинговое управление продвижением территорий	1

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС		
Вид работы и содержание задания	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц)	Кол-во часов
Подготовка к зачету	осн. литература с.1-42, доп. литература с. 1-280	36
Самостоятельное изучение разделов дисциплины и выполнение заданий	осн. литература с.1-42, доп. литература с. 1-280	60

6. Инновационные образовательные технологии, используемые в учебном процессе

Инновационные формы учебных занятий	Вид работы (Л, ПЗ, ЛР)	Краткое описание	Кол-во ауд. часов
Использование информационных ресурсов и баз данных	Лекции	По всем темам используется образовательный портал ИОДО ЮУрГУ "Электронный ЮУрГУ"	8
Использование информационных ресурсов и баз данных	Практические занятия и семинары	По всем темам используется образовательный портал ИОДО ЮУрГУ "Электронный ЮУрГУ"	4

Собственные инновационные способы и методы, используемые в образовательном процессе

Не предусмотрены

Использование результатов научных исследований, проводимых университетом, в рамках данной дисциплины: нет

7. Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

7.1. Паспорт фонда оценочных средств

Наименование разделов дисциплины	Контролируемая компетенция ЗУНы	Вид контроля (включая текущий)	№№ заданий
Основы маркетинга территорий	ПК-12 способностью разрабатывать социально-экономические проекты (программы развития), оценивать экономические, социальные, политические условия и последствия реализации государственных (муниципальных) программ	Задание 1 (текущий контроль)	Задание 1
Уровни и виды маркетинга территорий	ПК-6 владением навыками количественного и качественного анализа при оценке состояния экономической, социальной,	Задание 2 (текущий контроль)	Задание 2

	политической среды, деятельности органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, государственных и муниципальных, предприятий и учреждений, политических партий, общественно-политических, коммерческих и некоммерческих организаций		
Маркетинговые инструменты анализа территорий	ПК-12 способностью разрабатывать социально-экономические проекты (программы развития), оценивать экономические, социальные, политические условия и последствия реализации государственных (муниципальных) программ	Задание 3 (текущий контроль)	Задание 3
Маркетинговые стратегии территорий	ПК-12 способностью разрабатывать социально-экономические проекты (программы развития), оценивать экономические, социальные, политические условия и последствия реализации государственных (муниципальных) программ	Задание 4 (текущий контроль)	Задание 4
Маркетинговое управление продвижением территорий	ПК-12 способностью разрабатывать социально-экономические проекты (программы развития), оценивать экономические, социальные, политические условия и последствия реализации государственных (муниципальных) программ	Задание 5 (текущий контроль)	Задание 5
Все разделы	ПК-12 способностью разрабатывать социально-экономические проекты (программы развития), оценивать экономические, социальные, политические условия и последствия реализации государственных (муниципальных) программ	Мероприятие промежуточной аттестации	Вопросы компьютерного тестирования
Все разделы	ПК-6 владением навыками количественного и качественного анализа при оценке состояния экономической, социальной, политической среды, деятельности органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, государственных и муниципальных, предприятий и учреждений, политических партий, общественно-политических, коммерческих и некоммерческих организаций	Мероприятие промежуточной аттестации	Вопросы компьютерного тестирования
Все разделы	ПК-12 способностью разрабатывать	Зачет	Задания контрольно-

	социально-экономические проекты (программы развития), оценивать экономические, социальные, политические условия и последствия реализации государственных (муниципальных) программ		рейтинговых мероприятий текущего контроля и промежуточной аттестации
Все разделы	ПК-6 владением навыками количественного и качественного анализа при оценке состояния экономической, социальной, политической среды, деятельности органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, государственных и муниципальных, предприятий и учреждений, политических партий, общественно-политических, коммерческих и некоммерческих организаций	зачет	Задания контрольно-рейтинговых мероприятий текущего контроля и промежуточной аттестации

7.2. Виды контроля, процедуры проведения, критерии оценивания

Вид контроля	Процедуры проведения и оценивания	Критерии оценивания
Задание 1 (текущий контроль)	Студент выполняет задание (заполнение глоссария) после изучения соответствующего раздела. За каждые 10 правильных терминов студент получает 1 балл. Максимальный балл - 7. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)	Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60 %. Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %.
Задание 2 (текущий контроль)	Студент выполняет задание 2 после изучения соответствующего раздела. Для выполнения задания необходимо ответить на три любых вопроса и выполнить два любых задания и приведенного в файле списка. За каждый правильный ответ на вопрос - 1 балл. За каждое выполненное задание - 2 балла. Максимальный балл — 7. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)	Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60 %. Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %.
Задание 3 (текущий контроль)	Студент выполняет задание 3 после изучения соответствующего раздела. Используя теоретический материал лекции и доступные вам источники информации составьте матрицу SWOT – анализа и сделайте вывод. За каждый корректно сформулированный фактор вы получаете 0,5 балла. Максимальный балл — 8. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)	Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60 %. Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %.
Задание 4	Студент выполняет задание 4 (реферат) после изучения	Зачтено: рейтинг

(текущий контроль)	соответствующего раздела. Логика структуры реферата и изложения - 3 балла. Раскрытие сути вопроса - 3 баллов. Оформление реферата - 2 балла. Наличие и правильность оформления ссылок - 2 балла. Максимальный балл — 10. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)	обучающегося за мероприятие больше или равен 60 %. Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %.
Задание 5 (текущий контроль)	Студент выполняет задание 4 (реферат) после изучения соответствующего раздела. Логика структуры реферата и изложения - 3 балла. Раскрытие сути вопроса - 3 баллов. Оформление реферата - 2 балла. Наличие и правильность оформления ссылок - 2 балла. Максимальный балл — 10. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)	Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60 %. Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %.
Мероприятие промежуточной аттестации	Промежуточная аттестация включает компьютерное тестирование. Студент проходит компьютерное тестирование по результатам изучения всего курса. Тест состоит из 20 вопросов, позволяющих оценить сформированность компетенций. На ответы отводится 20 минут. Правильный ответ на вопрос соответствует 1 баллам. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179).	Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60 %. Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %.
Зачет	На зачете происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля (и при необходимости повысить итоговую оценку - промежуточной аттестации.) При оценивании результатов учебной деятельности обучающегося по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)	Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60 %. Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %.

7.3. Типовые контрольные задания

Вид контроля	Типовые контрольные задания
Задание 1 (текущий контроль)	Задание 1.doc
Задание 2 (текущий контроль)	Задание 2.doc
Задание 3 (текущий контроль)	Задание 3.doc
Задание 4 (текущий контроль)	Задание 4.doc
Задание 5 (текущий контроль)	Задание 5.doc

Мероприятие промежуточной аттестации	Лицо, чье одобрение, санкция требуется для вступления решения в силу, и кто может отменить решение»: Выберите один ответ: а. лицо, принимающее решение b. инициатор с. лицо, утверждающее решение d. лицо влияния
Зачет	Оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и задания для зачёта.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

Не предусмотрена

б) дополнительная литература:

Не предусмотрена

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Маркетинг территорий : учебно-методическое пособие / составитель А.В. Богомолова. — Липецк : Липецкий ГПУ, 2017. — 42 с. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань» : [сайт]. — URL: <https://e.lanbook.com/book/111940> (дата обращения: 24.11.2019). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

2. Маркетинг территорий : учебно-методическое пособие / составитель А.В. Богомолова. — Липецк : Липецкий ГПУ, 2017. — 42 с. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань» : [сайт]. — URL: <https://e.lanbook.com/book/111940> (дата обращения: 24.11.2019). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование разработки	Наименование ресурса в электронной форме	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
1	Основная литература	Маркетинг территорий : учебно-методическое пособие / составитель А.В. Богомолова. — Липецк : Липецкий ГПУ, 2017. — 42 с. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань» : [сайт]. — URL:	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Интернет / Авторизованный

		https://e.lanbook.com/book/111940 (дата обращения: 24.11.2019). — Режим доступа: для авториз. пользователей.		
2	Дополнительная литература	Ковалева, Л.В. Маркетинг территорий : учебное пособие / Л.В. Ковалева. — Тюмень : ТюмГУ, 2017. — 284 с. — ISBN 978-5-400-01269-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань» : [сайт]. — URL: https://e.lanbook.com/book/122135 (дата обращения: 24.11.2019). — Режим доступа: для авториз. пользователей.	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Интернет / Авторизованный

9. Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)

Перечень используемых информационных справочных систем:

Нет

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Практические занятия и семинары	108 (ПЛК)	Компьютер 15 шт.(Intel(R) Celeron(R) CPU J1800 @ 2.41 GHz, 4,00 ГБ ОЗУ с выходом в Интернет и доступом в портал «Электронный ЮУрГУ»; Компьютер 1 шт. (Intel(R) Core(TM) i7-7700 CPU @ 3.60 GHz, 8,00 ГБ ОЗУ); Интерактивная доска IQBoard PS, Проектор EPSON, наушники с микрофоном Logitech, Монитор-15 шт.