

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНГУШСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

Ф.И.О.

мая 20 18 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ОД.11 Маркетинг территорий
(наименование дисциплины)

Основной профессиональной образовательной программы

прикладного бакалавриата

(академического (ой)/прикладного (ой) бакалавриата/магистратуры)

38.03.04 Государственное и муниципальное управление

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Квалификация выпускника

бакалавр

Форма обучения

очная, заочная

(очная, заочная)

МАГАС, 2018 г.

1. Цели и задачи освоения учебной дисциплины

Цель – дать обучающимся такой объем знания и практических навыков, которые позволит им учитывать влияние маркетинга на принятие управленческих решений и осуществлять эффективное управление маркетингом в соответствии с современными международными требованиями к данному виду деятельности.

Задачи:

- приобретение системного представления о необходимости знания о целях, методах и объектах исследования для информационного обеспечения маркетинга;
- формирование представления об активных методах воздействия на рынок;
- изучение приемов и методов маркетинговой ориентации в организации производства и других сфер деятельности;
- приобретение навыков обоснования управленческих решений и применения своих знаний к конкретной экономической ситуации;
- формирование у обучающихся четкого представления о маркетинге как о концепции управления и целостной системе организации государственного и муниципального управления.

2. Место учебной дисциплины в структуре опп во

Дисциплина «Маркетинг территорий» относится к вариативной части Блока 1 учебного плана.

В соответствии с учебным планом период обучения по дисциплине – 6-й семестр.

Дисциплина «Маркетинг территорий» в силу занимаемого ей места в ФГОС ВО, ОПОП ВО и учебном плане по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление предполагает взаимосвязь с другими изучаемыми дисциплинами.

В качестве «входных» знаний дисциплины «Маркетинг территорий» используются знания и умения, полученные обучающимися при изучении дисциплины Основы маркетинга.

Дисциплина «Маркетинг территорий» может являться предшествующей при изучении дисциплин Планирование и проектирование организаций, Региональное управление и территориальное планирование, Управление проектами

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины. ожидаемые результаты образования и компетенции обучающегося по завершении освоения программы учебной дисциплины (модуля)

ОК-3, ПК-12

Таблица 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы	Степень реализации компетенции при изучении дисциплины (модуля)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)		
		Знания	Умения	Владения (навыки)
а) общекультурные компетенции				
ОК-3 Способностью использовать	Компетенция реализуется в части	современные экономические методы сбора,	применять экономические знания в	навыками разработки целей и

основы экономических знаний в различных сферах деятельности	применения Маркетинга в профессиональной деятельности	измерения, мониторинга и анализа данных; современные социально-экономические концепции и модели в различных сферах деятельности	анализе социально-значимых проблем и процессов при осуществлении профессиональной деятельности	постановки экономических и управленческих задач; аналитическими инструментами, позволяющими использовать экономические знания в профессиональной деятельности
---	---	---	--	---

б) общепрофессиональные компетенции

Не предусмотрены

в) профессиональные компетенции

ПК-12 Способностью разрабатывать социально-экономические проекты (программы развития), оценивать экономические, социальные, политические условия и последствия реализации государственных (муниципальных) программ	Компетенция реализуется в части применения Маркетинга в профессиональной деятельности	элементы структуры проектов и государственных (муниципальных) программ, требования, предъявляемые к их содержанию, экономические, социальные и политические условия и последствия государственных (муниципальных) программ; методы разработки и реализации проектов и программ; систему управления и оценки рисков социально-экономических проектов (программ развития), а также государственных	формировать паспорт программ и проектов с постановкой цели, задач, мероприятий, критериями оценки результатов; оценивать экономические, политические и социальные условия и последствия реализации проектов и программ; оценивать эффективность проектов и программ	алгоритмом разработки и реализации проектов и программ; навыками управления проектами и программами в изменяющихся условиях; навыками оценки; эффективности государственных (муниципальных) программ и проектов
---	---	--	---	---

		(муниципальн ых) программ		
--	--	------------------------------	--	--

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Виды учебных занятий	Трудоемкость		
	зач. ед.	час.	в семестре
			6
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>	<i>гр.3</i>	<i>гр.4</i>
ОБЩАЯ трудоемкость по учебному плану		108	108
Контактные часы	2	74	74
Лекции (Л)		36	36
Семинары (С)		0	0
Практические занятия (ПЗ)		36	36
Лабораторные работы (ЛР)		0	0
Групповые консультации (ГК) и (или) индивидуальная работа с обучающимся (ИР), предусмотренные учебным планом подготовки		2	2
Промежуточная аттестация: зачет			
Самостоятельная работа (СР) в том числе по курсовой работе (проекту)	0	34	34

Таблица 2.1 Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся на заочном отделении

Виды учебных занятий	Трудоемкость		
	зач. ед.	час.	в семестре
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>	<i>гр.3</i>	<i>гр.4</i>
ОБЩАЯ трудоемкость по учебному плану	3	108	108
Контактные часы	0,27	10	10
Лекции (Л)		10	10
Семинары (С)		0	0
Практические занятия (ПЗ)			
Лабораторные работы (ЛР)		0	0
Групповые консультации (ГК) и (или) индивидуальная работа с обучающимся (ИР), предусмотренные учебным планом подготовки			
Промежуточная аттестация: зачет		4	4
Самостоятельная работа (СР) в том числе по курсовой работе (проекту)	0	94	94

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий

В данном разделе приводится содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий. Структура дисциплины по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий приведена в Таблице 3, содержание дисциплины по темам (разделам) – в Таблице 4.

Таблица 3. Структура дисциплины по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий

№	Наименование темы (раздела)	Количество часов					
		Всего	Контактные часы (аудиторная работа)				СР
			Л	С	ПЗ	ГК/ИК	
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>	<i>гр.3</i>	<i>гр.4</i>	<i>гр.5</i>	<i>гр.6</i>	<i>гр.7</i>	<i>гр.8</i>
Семестр № 6							
1.	Тема 1 Маркетинг территорий: понятие и сущность	10	3	3		1	3
2.	Тема 2 Субъекты территориального маркетинга	10	3	3		1	3
3.	Тема 3 Процессы сегментации и дифференциации применительно к маркетингу страны	9	3	3			3
4.	Тема 4 Повышение конкурентоспособности страны	9	3	3			3
5.	Тема 5 Сегментирование рынка региона	11	4	4			3
6.	Тема 6 Конкурентоспособность и инвестиционная привлекательность региона	11	4	4			3
7.	Тема 7 Позиционирование регионов	12	4	4			4
8.	Тема 8 Роль городов в системе территориальных образований	12	4	4			4
9.	Тема 9 Маркетинговые стратегии городов и планирование городского развития	12	4	4			4
10.	Тема 10 Город и маркетинговые	12	4	4			4

№	Наименование темы (раздела)	Количество часов					
		Всего	Контактные часы (аудиторная работа)			СР	
	коммуникации»						
Всего		108	36	36	0	2	34
<i>Промежуточная аттестация (зачет)</i>							
ИТОГО		108	74			34	

Примечание: Л – лекции, С – семинары, ПЗ – практические занятия, ГК/ИК – групповые / индивидуальные консультации

Таблица 4. Содержание дисциплины по темам (разделам)

№	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>	<i>гр.3</i>
1.	Тема 1 Маркетинг территорий: понятие и сущность	Сущность маркетинга территорий Территориальный продукт Понятие маркетинговой среды Внутренняя среда территории Внешняя среда территории
2.	Тема 2 Субъекты территориального маркетинга	Сущность территориального маркетинга Общее и отличия «территориального маркетинга» и «маркетинга территорий» Основные субъекты территориального маркетинга
3.	Тема 3 Процессы сегментации и дифференциации применительно к маркетингу страны	Понятие и сущность сегментации Основные принципы сегментации Процессы дифференциации применительно к маркетингу страны
4.	Тема 4 Повышение конкурентоспособности страны	Понятие конкуренции и конкурентоспособности Сущность конкурентоспособности Задачи повышения конкурентоспособности страны
5.	Тема 5 Сегментирование рынка региона	Сегментация региона Общие подходы к микросегментации в территориальном маркетинге Привлекательность рыночных сегментов Позиционирование в территориальном маркетинге
6.	Тема 6 Конкурентоспособность и инвестиционная привлекательность региона	Конкурентоспособность региона Внутренние и внешние конкурентные преимущества территории Инвестиционная привлекательность региона
7.	Тема 7 Позиционирование регионов	Понятие позиционирования Бренд Официальные и неофициальные символы территории
8.	Тема 8 Роль городов в системе территориальных образований	Информация и индикаторы состояния городов Рейтинги городов Стоимость жизни в городах Роль городов в системе территориальных образований
9.	Тема 9 Маркетинговые стратегии городов и	Стратегия развития города Концепция ключевых факторов успеха (ключевых

№	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>	<i>гр.3</i>
	планирование городского развития	компетенций) городов и территорий Схема пошагового процесса стратегического планирования развития города
10.	Тема 10 Город и маркетинговые коммуникации	Городская символика. Городской герб Городские награды Регулирование рекламной активности в городе

Таблица 4.1

№	Тема	Для изучения темы, обучающийся должен		
		Знать	Уметь	Владеть
1.	Тема 1 Маркетинг территорий: понятие и сущность	современные экономические методы сбора, измерения, мониторинга и анализа данных; современные социально-экономические концепции и модели в различных сферах деятельности	применять экономические знания в анализе социально-значимых проблем и процессов при осуществлении профессиональной деятельности	навыками разработки целей и постановки экономических и управленческих задач; аналитическими инструментами, позволяющими использовать экономические знания в профессиональной деятельности
2	Тема 2 Субъекты территориального маркетинга	элементы структуры проектов и государственных (муниципальных) программ, требования, предъявляемые к их содержанию, экономические, социальные и политические условия и последствия государственных (муниципальных) программ; методы разработки и реализации проектов программ; систему	формировать паспорт программ и проектов с постановкой цели, задач, мероприятий, критериями оценки результатов; оценивать экономические, политические и социальные условия и последствия реализации проектов программ; оценивать эффективность проектов программ	алгоритмом разработки и реализации проектов программ; навыками управления проектами и программами в изменяющихся условиях; навыками оценки эффективности государственных (муниципальных) программ и проектов

		управления и оценки рисков социально-экономических проектов (программ развития), а также государственных (муниципальных) программ		
3	Тема 3 Процессы сегментации и дифференциации применительно к маркетингу страны	современные экономические методы сбора, измерения, мониторинга и анализа данных; современные социально-экономические концепции и модели в различных сферах деятельности	применять экономические знания в анализе социально-значимых проблем и процессов при осуществлении профессиональной деятельности	навыками разработки целей и постановки экономических и управленческих задач; аналитическими инструментами, позволяющими использовать экономические знания в профессиональной деятельности
4	Тема 4 Повышение конкурентоспособности страны	элементы структуры проектов и государственных (муниципальных) программ, требования, предъявляемые к их содержанию, экономические, социальные и политические условия и последствия государственных (муниципальных) программ; методы разработки и реализации проектов и программ; систему управления и оценки рисков социально-экономических	формировать паспорт программ и проектов с постановкой цели, задач, мероприятий, критериями оценки результатов; оценивать экономические, политические и социальные условия и последствия реализации проектов и программ; оценивать эффективность проектов и программ	алгоритмом разработки и реализации проектов и программ; навыками управления проектами и программами в изменяющихся условиях; навыками оценки эффективности государственных (муниципальных) программ и проектов

		проектов (программ развития), а также государственных (муниципальных) программ		
5	Тема 5 Сегментирование рынка региона	современные экономические методы сбора, измерения, мониторинга и анализа данных; современные социально-экономические концепции и модели в различных сферах деятельности	применять экономические знания в анализе социально-значимых проблем и процессов при осуществлении профессиональной деятельности	навыками разработки целей и постановки экономических и управленческих задач; аналитическими инструментами, позволяющими использовать экономические знания в профессиональной деятельности
6	Тема 6 Конкурентоспособность и инвестиционная привлекательность региона	элементы структуры проектов и государственных (муниципальных) программ, требования, предъявляемые к их содержанию, экономические, социальные и политические условия и последствия государственных (муниципальных) программ; методы разработки и реализации проектов и программ; систему управления и оценки рисков социально-экономических проектов (программ развития), а также	формировать паспорт программ и проектов с постановкой цели, задач, мероприятий, критериями оценки результатов; оценивать экономические, политические и социальные условия и последствия реализации проектов и программ; оценивать эффективность проектов и программ	алгоритмом разработки и реализации проектов и программ; навыками управления проектами и программами в изменяющихся условиях; навыками оценки; эффективности государственных (муниципальных) программ и проектов

		государственных (муниципальных) программ		
7	Тема 7 Позиционирование регионов	современные экономические методы сбора, измерения, мониторинга и анализа данных; современные социально-экономические концепции и модели в различных сферах деятельности	применять экономические знания в анализе социально-значимых проблем и процессов при осуществлении профессиональной деятельности	навыками разработки целей и постановки экономических и управленческих задач; аналитическими инструментами, позволяющими использовать экономические знания в профессиональной деятельности
8	Тема 8 Роль городов в системе территориальных образований	элементы структуры проектов и государственных (муниципальных) программ, требования, предъявляемые к их содержанию, экономические, социальные и политические условия и последствия государственных (муниципальных) программ; методы разработки и реализации проектов программ; систему управления и оценки рисков социально-экономических проектов (программ развития), а также государственных (муниципальных) программ	формировать паспорт программ и проектов с постановкой цели, задач, мероприятий, критериями оценки результатов; оценивать экономические, политические и социальные условия и последствия реализации проектов программ; оценивать эффективность проектов программ	алгоритмом разработки и реализации проектов программ; навыками управления проектами и программами в изменяющихся условиях; навыками оценки эффективности государственных (муниципальных) программ и проектов
9	Тема 9 Маркетинговые	современные	применять	навыками

	стратегии городов и планирование городского развития	экономические методы сбора, измерения, мониторинга и анализа данных; современные социально-экономические концепции и модели в различных сферах деятельности	экономические знания в анализе социально-значимых проблем и процессов при осуществлении профессиональной деятельности	разработки целей и постановки экономических и управленческих задач; аналитическими инструментами, позволяющими использовать экономические знания в профессиональной деятельности
10	Тема 10 Город и маркетинговые коммуникации	элементы структуры проектов и государственных (муниципальных) программ, требования, предъявляемые к их содержанию, экономические, социальные и политические условия и последствия государственных (муниципальных) программ; методы разработки и реализации проектов и программ; систему управления и оценки рисков социально-экономических проектов (программ развития), а также государственных (муниципальных) программ	формировать паспорт программ и проектов с постановкой цели, задач, мероприятий, критериями оценки результатов; оценивать экономические, политические и социальные условия и последствия реализации проектов и программ; оценивать эффективность проектов и программ	алгоритмом разработки и реализации проектов и программ; навыками управления проектами и программами в изменяющихся условиях; навыками оценки эффективности государственных (муниципальных) программ и проектов

6. Образовательные технологии

Образовательный процесс по дисциплине организован в форме учебных занятий (контактная работа (аудиторной и внеаудиторной) обучающихся с преподавателем и самостоятельная работа обучающихся). Учебные занятия представлены следующими

видами, включая учебные занятия, направленные на проведение текущего контроля успеваемости:

- лекции (занятия лекционного типа);
- семинары, практические занятия (занятия семинарского типа);
- групповые консультации;
- индивидуальные консультации и иные учебные занятия, предусматривающие индивидуальную работу преподавателя с обучающимся;
- самостоятельная работа обучающихся;
- занятия иных видов.

На учебных занятиях обучающиеся выполняют запланированные настоящей программой отдельные виды учебных работ. Учебное задание (работа) считается выполненным, если оно оценено преподавателем положительно.

В рамках самостоятельной работы обучающиеся осуществляют теоретическое изучение дисциплины с учётом лекционного материала, готовятся к практическим занятиям, выполняют домашнее задания, осуществляют подготовку к промежуточной аттестации.

Содержание дисциплины, виды, темы учебных занятий и форм контрольных мероприятий дисциплины представлены в разделе 5 настоящей программы и фонде оценочных средств по дисциплине.

Текущая аттестация по дисциплине (модулю). Оценивание обучающегося на занятиях осуществляется в соответствии с положением о текущей аттестации обучающихся в университете.

По итогам текущей аттестации, ведущий преподаватель (лектор) осуществляет допуск обучающегося к промежуточной аттестации.

Допуск к промежуточной аттестации по дисциплине (модулю). Обучающийся допускается к промежуточной аттестации по дисциплине в случае выполнения им всех заданий и мероприятий, предусмотренных настоящей программой дисциплины в полном объеме. Преподаватель имеет право изменять количество и содержание заданий, выдаваемых обучающимся (обучающемуся), исходя из контингента (уровня подготовленности).

Допуск обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине осуществляет преподаватель, ведущий семинарские (практические) занятия.

Обучающийся, имеющий учебные (академические) задолженности (пропуски учебных занятий, не выполнивший успешно задания(е)) обязан отработать их в полном объеме.

Отработка учебных (академических) задолженностей по дисциплине (модулю). В случае наличия учебной (академической) задолженности по дисциплине, обучающийся отрабатывает пропущенные занятия и выполняет запланированные и выданные преподавателем задания. Отработка проводится в период семестрового обучения или в период сессии согласно графику (расписанию) консультаций преподавателя.

Обучающийся, пропустивший *лекционное занятие*, обязан предоставить преподавателю реферативный конспект соответствующего раздела учебной и монографической литературы (основной и дополнительной) по рассматриваемым вопросам в соответствии с настоящей программой.

Обучающийся, пропустивший *практическое занятие*, отрабатывает его в форме реферативного конспекта соответствующего раздела учебной и монографической литературы (основной и дополнительной) по рассматриваемым на *практическом* занятии вопросам в соответствии с настоящей программой или в форме, предложенной преподавателем. Кроме того, выполняет все учебные задания. Учебное задание считается выполненным, если оно оценено преподавателем положительно.

Преподаватель имеет право снизить бальную (в том числе рейтинговую) оценку обучающемуся за невыполненное в срок задание (по неуважительной причине).

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю). Формой промежуточной аттестации по дисциплине определен зачет.

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется в соответствии с положением о промежуточной аттестации обучающихся в университете и оценивается: и рейтинговых баллов, назначаемых в соответствии с принятой в вузе балльно-рейтинговой системой.

Оценка знаний обучающегося оценивается по критериям, представленным в фонде оценочных средств по дисциплине.

7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Таблица 5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№ раздела	Наименование раздела	Содержание средств контроля (вопросы самоконтроля)	Учебно-методическое обеспечение*	Трудоемкость	
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>	<i>гр.3</i>	<i>гр.4</i>	<i>гр.5</i>	
1.	Тема 1 Маркетинг территорий: понятие и сущность	Подготовка практическим занятиям вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	к по к	О: [1-3] Д: [1-3]	3
2.	Тема 2 Субъекты территориального маркетинга	Подготовка практическим занятиям вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	к по к	О: [1-3] Д: [1-3]	3
3.	Тема 3 Процессы сегментации и дифференциации применительно к маркетингу страны	Подготовка практическим занятиям вопросам, предложенным преподавателем Подготовка	к по	О: [1-3] Д: [1-3]	3

		реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой		
4.	Тема 4 Повышение конкурентоспособности страны	Подготовка к практическим занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	О: [1-3] Д: [1-3]	3
5.	Тема 5 Сегментирование рынка региона	Подготовка к практическим занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	О: [1-3] Д: [1-3]	3
6.	Тема 6 Конкурентоспособность и инвестиционная привлекательность региона	Подготовка к практическим занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	О: [1-3] Д: [1-3]	3
7.	Тема 7 Позиционирование регионов	Подготовка к практическим занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка	О: [1-3] Д: [1-3]	4

		реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой		
8.	Тема 8 Роль городов в системе территориальных образований	Подготовка к практическим занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	О: [1-3] Д: [1-3]	4
9.	Тема 9 Маркетинговые стратегии городов и планирование городского развития	Подготовка к практическим занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	О: [1-3] Д: [1-3]	4
10.	Тема 10 Город и маркетинговые коммуникации	Подготовка к практическим занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	О: [1-3] Д: [1-3]	4

Примечание: О: – основная литература, Д: – дополнительная литература; в скобках – порядковый номер по списку

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Система накопления результатов выполнения заданий позволит вам создать копилку знаний,

умений и навыков, которую можно использовать как при прохождении практики, так и в будущей профессиональной деятельности.

8. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю), входящий в состав соответственно рабочей программы дисциплины (модуля), включает в себя:

- перечень компетенций, с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины (п. 3);
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, а также описание шкал оценивания, включающих три уровня освоения компетенций (минимальный, базовый, высокий). Примерные критерии оценивания различных форм промежуточной аттестации приведены в таблицах 8.1 и 8.2. Такие критерии должны быть разработаны по всем формам оценочных средств, используемых для формирования компетенций данной дисциплины;
- типовые контрольные задания и другие материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Таблица 6.1

Критерии оценки промежуточной аттестации в форме зачета

Оценка	Характеристика требований к результатам аттестации в форме зачета
«Зачтено»	Теоретическое содержание курса освоено полностью без пробелов или в целом, или большей частью, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы или в основном сформированы, все или большинство предусмотренных рабочей программой учебных заданий выполнены, отдельные из выполненных заданий содержат ошибки
«Не зачтено»	Теоретическое содержание курса освоено частично, необходимые навыки работы не сформированы или сформированы отдельные из них, большинство предусмотренных рабочей учебной программой заданий не выполнено либо выполнено с грубыми ошибками, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимуму.

Таблица 6.2

Критерии оценки промежуточной аттестации в форме экзамена

Оценка	Характеристика требований к результатам аттестации в форме экзамена
«Отлично»	Теоретическое содержание курса освоено полностью без пробелов, системно и глубоко, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные рабочей учебной программой учебные задания выполнены безупречно, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимуму.
«Хорошо»	Теоретическое содержание курса освоено в целом без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в

	основном сформированы, предусмотренные рабочей учебной программой учебные задания выполнены с отдельными неточностями, качество выполнения большинства заданий оценено числом баллов, близким к максимуму.
«Удовлетворительно»	Теоретическое содержание курса освоено большей частью, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных рабочей учебной программой учебных заданий выполнены, отдельные из выполненных заданий содержат ошибки.
«Неудовлетворительно»	Теоретическое содержание курса освоено частично, необходимые навыки работы не сформированы или сформированы отдельные из них, большинство предусмотренных рабочей учебной программой учебных заданий не выполнено либо выполнено с грубыми ошибками, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимуму.

Все формы оценочных средств, приводимые в рабочей программе, должны соответствовать содержанию учебной дисциплины, и определять степень сформированности компетенций по каждому результату обучения.

Таблица 6.3.

Степень формирования компетенций формами оценочных средств по темам дисциплины

№ п/п	Тема	Форма оценочного средства	Степень формирования компетенции
1.	Тема 1 Маркетинг территорий: понятие и сущность	Реферат Тесты Вопросы для устного опроса на семинарских занятиях Контрольные вопросы Вопросы к промежуточной аттестации	ОК-3, ПК-12 (60%)
2.	Тема 2 Субъекты территориального маркетинга	Реферат Тесты Вопросы для устного опроса на семинарских занятиях Контрольные вопросы Вопросы к промежуточной аттестации	ОК-3, ПК-12 (60%)
3.	Тема 3 Процессы сегментации и дифференциации применительно к маркетингу страны	Реферат Тесты Вопросы для устного опроса на семинарских занятиях Контрольные вопросы Вопросы к промежуточной аттестации	ОК-3, ПК-12 (60%)
4.	Тема 4 Повышение конкурентоспособности страны	Реферат Тесты Вопросы для устного	ОК-3, ПК-12 (60%)

		опроса на семинарских занятиях Контрольные вопросы Вопросы к промежуточной аттестации	
5.	Тема 5 Сегментирование рынка региона	Реферат Тесты Вопросы для устного опроса на семинарских занятиях Контрольные вопросы Вопросы к промежуточной аттестации	ОК-3, ПК-12 (60%)
6.	Тема 6 Конкурентоспособность и инвестиционная привлекательность региона	Реферат Тесты Вопросы для устного опроса на семинарских занятиях Контрольные вопросы Вопросы к промежуточной аттестации	ОК-3, ПК-12 (60%)
7.	Тема 7 Позиционирование регионов	Реферат Тесты Вопросы для устного опроса на семинарских занятиях Контрольные вопросы Вопросы к промежуточной аттестации	ОК-3, ПК-12 (60%)
8.	Тема 8 Роль городов в системе территориальных образований	Реферат Тесты Вопросы для устного опроса на семинарских занятиях Контрольные вопросы Вопросы к промежуточной аттестации	ОК-3, ПК-12 (60%)
9.	Тема 9 Маркетинговые стратегии городов и планирование городского развития	Реферат Тесты Вопросы для устного опроса на семинарских занятиях Контрольные вопросы Вопросы к промежуточной аттестации	ОК-3, ПК-12 (60%)
10.	Тема 10 Город и маркетинговые коммуникации	Реферат Тесты Вопросы для устного опроса на семинарских занятиях Контрольные вопросы Вопросы к промежуточной аттестации	ОК-3, ПК-12 (60%)

Типовые контрольные задания и другие материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы текущего контроля успеваемости на семинарах (практических занятиях)

- 1 Предмет, цели и задачи учебной дисциплины «Территориальный маркетинг».
- 2 Понятие территориального маркетинга.
- 3 Территориальный маркетинг как фактор государственного и муниципального управления.
- 4 Субъекты в территориальном маркетинге: их цели и интересы.
- 5 Целевые аудитории в территориальном маркетинге: виды и их особенности.

Типовые темы рефератов

- 1 Теоретические аспекты позиционирования в территориальном маркетинге: общее и специфическое для каждого уровня.
- 2 Понятие, формы, виды и современные тенденции расселения.
- 3 Города в системе расселения: функции, виды, проблемы функционирования.
- 4 Структурная организация города: функциональная, планировочная, градостроительная.
- 5 Виды территориальных зон и принципы их организации.

Типовые тесты / задания

1. Чем отличается маркетинг имиджа территории от маркетинга ее привлекательности?
 - А. Маркетинг привлекательности популяризирует особые черты, гарантирующие преимущества в соперничестве территорий
 - Б. Это одно и то же
 - В. Маркетинг имиджа пропагандирует уже созданные преимущества территории
 - Г. Маркетинг имиджа территории требует больших усилий и затрат в сравнении с маркетингом ее привлекательности
2. Кадровый маркетинг – это ...
 - А. систематизированный процесс, направленный на определение, прогнозирование и удовлетворение потребностей квалифицированных менеджеров и специалистов
 - Б. систематизированный процесс, направленный на определение, прогнозирование и удовлетворение потребностей в квалифицированных менеджерах и специалистах
 - В. комплекс обязательных элементов, правил и условий обслуживания и предоставления товаров и услуг
3. Вставить слово _____ – это система методов для анализа факторов развития социально-экономических процессов, оценки состояния и выявления отклонений от нормального развития и их влияния на формирование и функционирование региональных рынков
4. Маркетинговая стратегия развития инфраструктуры территории специфична тем, что она ...
 - А. ориентирована на развитие бизнес – процессов и повышение степени цивилизованности рыночных отношений на территории
 - Б. практически совпадает со стратегией повышения притягательности территории, но более четко структурирована изнутри
 - В. сосредоточивается на мероприятиях, реализуемых в непромышленной сфере территории
 - Г. она сосредоточивается на пропаганде всевозможных выгод от инвестиционных вложений в территорию

5. Маркетинговая стратегия притягательности территории – это мероприятия, направленные на повышение притягательности данной территории для человека путем, например, создания исторических, торговых зон

- А. верно
- Б. неверно

Типовые контрольные вопросы

1. Стратегия и тактика маркетинга
2. Реклама и другие коммуникации в маркетинге регионов
3. Роль городов в системе территориальных образований
4. Специфика городского маркетинга
5. Маркетинговые стратегии городов и планирование городского развития

Типовые вопросы к промежуточной аттестации

1. Маркетинг территорий как часть науки маркетинга. Цели и задачи учебной дисциплины «Территориальный маркетинг».
2. Территориальный маркетинг как фактор государственного и муниципального управления.
3. Влияние глобализации на маркетинг территорий.
4. Локализация и маркетинг территорий.
5. Уровни маркетинга территорий

Все оценочные средства к дисциплине приведены в ФОС, который является приложением к настоящей РПД.

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной дисциплины/модуля

9.1. Основная литература

1. Арженовский И.В. Маркетинг регионов [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям «Менеджмент» и «Экономика» / И.В. Арженовский. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 135 с. — 978-5-238-02219-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52497.html>
2. Акулич И.Л. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / И.Л. Акулич. — Электрон. текстовые данные. — Минск: Вышэйшая школа, 2014. — 544 с. — 978-985-06-2539-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/35493.html>
3. Комлев Е.Б. Актуальные проблемы маркетинга [Электронный ресурс] : курс лекций / Е.Б. Комлев. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский гуманитарный университет, 2014. — 130 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39675.html>

9.2. Дополнительная литература

1. Соколова Н.Г. Качество жизни населения города в маркетинге территории [Электронный ресурс] : монография / Н.Г. Соколова. — Электрон. текстовые данные. — Саарбрюккен: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2013. — 324 с. — 978-3-659-27896-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54501.html>
2. Данченко Л.А. Основы маркетинга [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л.А. Данченко. — Электрон. текстовые данные. — М. : Евразийский открытый институт, 2008. — 260 с. — 978-5-374-00131-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/11037.html>
3. Данченко Л.А. Управление маркетингом [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л.А. Данченко, С.В. Ласковец. — Электрон. текстовые данные. — М. : Евразийский открытый институт, 2008. — 104 с. — 978-5-374-00144-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10881.html>

10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. e-Library.ru [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека. – URL: <http://elibrary.ru/> (дата обращения 11.05.2018).
2. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» [Электронный ресурс]. – URL: <http://cyberleninka.ru/> (дата обращения 11.05.2018).
3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php> (дата обращения 11.07.2018). – Доступ к системе согласно правилам ЭБС и договором университета с ЭБС.
4. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/> (дата обращения 11.07.2018). – Доступ к системе согласно правилам ЭБС и договором университета с ЭБС.

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Методические указания предназначены для помощи обучающимся в освоении. Для успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, которая является важнейшей формой организации учебного процесса. Лекция:

- знакомит с новым учебным материалом,
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания,
- систематизирует учебный материал,
- ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции,
- выясните тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора),
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям,
- постарайтесь определить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке,
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Подготовка к практическим занятиям:

- внимательно прочитайте материал лекций, относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям,
- выпишите основные термины,
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов,
- определите, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя,
- выполните домашнее задание.

Учтите, что:

- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы (последние являются эффективными формами работы);
- рабочая программа дисциплины в части целей, перечню знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

Подготовка к промежуточной аттестации. К промежуточной аттестации необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней

обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не удовлетворительные результаты.

В самом начале учебного курса познакомьтесь с рабочей программой дисциплины и другой учебно-методической документацией, включающими:

- перечень знаний и умений, которыми обучающийся должен владеть;
- тематические планы лекций и практических занятий;
- контрольные мероприятия;
- учебники, учебные пособия, а также электронные ресурсы;
- перечень экзаменационных вопросов (вопросов к зачету).

После этого у вас должно сформироваться чёткое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и практических занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для прохождения промежуточной аттестации.

12. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

12.1. Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

При осуществлении образовательного процесса применяются информационные технологии, необходимые для подготовки презентационных материалов и материалов к занятиям (компьютеры с программным обеспечением для создания и показа презентаций, с доступом в сеть «Интернет», поисковые системы и справочные, профессиональные ресурсы в сети «Интернет»).

В вузе оборудованы помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза.

12.2. Перечень программного обеспечения

Для подготовки презентаций и их демонстрации необходима программа Impress из свободного пакета офисных приложений OpenOffice (или иной аналог с коммерческой или свободной лицензией).

12.3. Перечень информационных справочных систем

1. Словари и энциклопедии на Академике [Электронный ресурс] // Академик. – URL: <http://dic.academic.ru>.
2. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Доступ к системе согласно правилам ЭБС и договором университета с ЭБС.

13. Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины/модуля

Материально-техническое обеспечение учебного процесса по дисциплине определено нормативными требованиями, регламентируемыми приказом Министерства образования и науки РФ № 986 от 4 октября 2010 г. «Об утверждении федеральных требований к образовательным учреждениям в части минимальной оснащенности учебного процесса и оборудования учебных помещений», Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки.

Для проведения всех видов учебных занятий по дисциплине и обеспечения интерактивных методов обучения, необходимы столы, стулья (на группу по количеству посадочных мест с возможностью расстановки для круглых столов, дискуссий, прочее); доска интерактивная с рабочим местом (мультимедийный проектор с экраном и рабочим местом); желателен доступ в информационно-коммуникационную сеть «Интернет».

В соответствие с требованиями ФГОС ВО при реализации настоящей дисциплины ОПОП ВО необходимо также учитывать образовательные потребности обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, обеспечивать условия для их эффективной реализации, а также возможности беспрепятственного доступа обучающихся с ограниченными возможностями здоровья к объектам инфраструктуры образовательного учреждения.