

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 10.11.2021 13:32:37

Уникальный программный ключ:

2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования**

«Самарский государственный экономический университет»

Институт Национальной и мировой экономики

Кафедра Региональной экономики и управления

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета
(протокол № 14 от 31 марта 2021 г.)

С ИЗМЕНЕНИЯМИ И ДОПОЛНЕНИЯМИ
(ПРОТОКОЛ №16 от 20 мая 2021 г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Наименование дисциплины

Б1.В.ДВ.10.01 Маркетинг территорий

Основная профессиональная образовательная программа

38.03.04 ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ
программа "Государственное и муниципальное управление"

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Маркетинг территорий входит в вариативную часть (дисциплина по выбору) блока Б1. Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Демография, Региональная экономика и управление, Принятие и исполнение государственных решений, Территориальное планирование, Теория вероятностей и математическая статистика, Эконометрика, Математический анализ, Линейная алгебра, Статистика, Управление человеческими ресурсами, Методы управленческих решений, Социология управления, Организационное поведение, Психология управления, Теория организации, Трудовое право, Прогнозирование и планирование, Маркетинг, Экономика природопользования, Основы природопользования, Экономическая теория, Экономическая история, Бухгалтерский учет, Налоговая система РФ, Теория управления, Стратегическое управление развитием территорий, Управление проектами на государственном и муниципальном уровнях, Управление земельными ресурсами, Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности, Электронный документооборот, Управление имуществом

Последующие дисциплины по связям компетенций: Управление жилищно- коммунальным комплексом, Муниципальное хозяйство, Противодействие коррупции, Управление инновационным развитием территории, Государственное управление инновационным развитием

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Маркетинг территорий в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Общекультурные компетенции (ОК):

ОК-3 - способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ОК-3	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
	ОК3з1: основы экономических явлений и процессов	ОК3у1: интерпретировать и анализировать экономические явления и процессы в соответствии с базовыми экономическими категориями	ОК3в1: методами анализа экономических процессов и явлений в различных сферах деятельности
	ОК3з2: основные экономические проблемы и методологические подходы к их описанию	ОК3у2: применять основы экономических знаний в различных сферах деятельности	ОК3в2: решать экономические задачи в различных сферах деятельности

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

ОПК-2 - способностью находить организационно-управленческие решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ОПК-2	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
	ОПК2з1: виды, типы, формы организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности	ОПК2у1: с позиций управленческо-правовых норм анализировать конкретные ситуации, возникающие в повседневной практике	ОПК2в1: навыками применения организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности
	ОПК2з2: методы, принятия организационно-управленческих решений в профессиональной, виды ответственности за них	ОПК2у2: анализировать и оценивать организационно-управленческие решения; принимать адекватные решения при возникновении критических, спорных ситуаций	ОПК2в2: приемами выбора метода и моделей для разработки организационно-управленческих решений, механизмом реализации и контроля принятого решения с учетом социальной значимости; способностью нести ответственность за принятые организационно-управленческие решения

ОПК-3 - способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ОПК-3	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
	ОПК3з1: основные законы организации; типологию современных организационных структур, принципы стратегического управления; принципы и подходы к формированию эффективных команд; особенности управления функциональными зонами организации	ОПК3у1: проектировать организационные структуры; разрабатывать стратегии управления человеческими ресурсами организаций	ОПК3в1: навыками планирования и осуществления мероприятий, распределения и делегирования полномочий с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия
	ОПК3з2: особенности персонала, уровни подготовки, тип управленческой роли;	ОПК3у2: разрабатывать стратегию управления человеческими ресурсами; проводить	ОПК3в2: навыками распределения ответственности, контроля и оценки персонала в

	способы и особенности социализации личности	аудит человеческих ресурсов, формировать систему контроля за деятельностью подчиненных с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия	соответствии с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия
--	---	--	--

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-21 - умением определять параметры качества управленческих решений и осуществления административных процессов, выявлять отклонения и принимать корректирующие меры

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ПК-21	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
	ПК21з1: критерии оценки качества, эффективности и результативности государственных и управленческих решений	ПК21у1: определять параметры качества управленческих решений и осуществления административных процессов	ПК21в1: навыками внутреннего и внешнего побуждения к выполнению задач на основе анализа уровня удовлетворенности
	ПК21з2: основные способы организации контроля качества административной деятельности и принятия управленческих решений на разных уровнях управленческой иерархии в органах государственной и муниципальной власти; правила проведения корректирующих процедур при принятии управленческих решений	ПК21у2: организовывать контроль за процессами принятия и реализации управленческих решений на разных уровнях управленческой иерархии в органах государственной и муниципальной власти; выявлять и предупреждать отклонения и отрицательные последствия при осуществлении административных процессов	ПК21в2: навыками выработки, оценки качества, выявления отклонений и корректировки государственных и управленческих решений

ПК-1 - умением 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

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ПК-1	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
	ПК1з1: приоритеты профессиональной деятельности; виды и типы, методы	ПК1у1: осуществлять выбор оптимальных методов принятия управленческих	ПК1в1: методологическими и организационными основами процесса разработки управленческих

	подготовки управленческих решений	решений в сфере публичного управления; разрабатывать и обосновывать варианты эффективных управленческих решений	решений в профессиональной деятельности
	ПК1з2: методы, инструменты и технологии регулирующего воздействия при реализации управленческих решений, в том числе в условиях неопределенностей и рисков	ПК1у2: оценивать экономическую и социальную эффективность управленческих решений; обеспечивать реализацию корректирующих мероприятий с целью повышения эффективности организационной деятельности	ПК1в2: методами оценки эффективности и качества принятых управленческих решений в профессиональной деятельности в том числе в условиях неопределенности и рисков

3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 7
Контактная работа, в том числе:	74.3/2.06
Занятия лекционного типа	36/1
Занятия семинарского типа	36/1
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.3/0.01
Групповая контактная работа (ГКР)	2/0.06
Самостоятельная работа	97.7/2.71
Промежуточная аттестация	8/0.22
Вид промежуточной аттестации:	
Экзамен	Экз
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	180
Зачетные единицы	5

заочная форма

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 8
Контактная работа, в том числе:	10.3/0.29
Занятия лекционного типа	4/0.11
Занятия семинарского типа	4/0.11
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.3/0.01
Групповая контактная работа (ГКР)	2/0.06
Самостоятельная работа	162.7/4.52
Промежуточная аттестация	7/0.19
Вид промежуточной аттестации:	
Экзамен	Экз
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	180
Зачетные единицы	5

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Маркетинг территорий представлен в таблице.

Разделы, темы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
			Практич. занятия				
1.	Основы маркетинга территорий	8	8			27	ОК3з1, ОК3з2, ОК3у1, ОК3у2, ОК3в1, ОК3в2, ОПК2з1, ОПК2з2, ОПК2у1, ОПК2у2, ОПК2в1, ОПК2в2, ОПК3з1, ОПК3з2, ОПК3у1, ОПК3у2, ОПК3в1, ОПК3в2, ПК21з1, ПК21з2, ПК21у1, ПК21у2, ПК21в1, ПК21в2, ПК1з1, ПК1з2, ПК1у1, ПК1у2, ПК1в1, ПК1в2
2.	Маркетинговые стратегии территорий	28	28			70,7	ОК3з1, ОК3з2, ОК3у1, ОК3у2, ОК3в1, ОК3в2, ОПК2з1, ОПК2з2, ОПК2у1, ОПК2у2, ОПК2в1, ОПК2в2, ОПК3з1, ОПК3з2, ОПК3у1, ОПК3у2, ОПК3в1, ОПК3в2, ПК21з1, ПК21з2, ПК21у1, ПК21у2, ПК21в1, ПК21в2, ПК1з1, ПК1з2, ПК1у1, ПК1у2, ПК1в1, ПК1в2
	Контроль	8					
	Итого	36	36	0.3	2	97.7	

заочная форма

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
			Практич. занятия				

1.	Основы маркетинга территорий	2	2			54,7	ОК3з1, ОК3з2, ОК3у1, ОК3у2, ОК3в1, ОК3в2, ОПК2з1, ОПК2з2, ОПК2у1, ОПК2у2, ОПК2в1, ОПК2в2, ОПК3з1, ОПК3з2, ОПК3у1, ОПК3у2, ОПК3в1, ОПК3в2, ПК21з1, ПК21з2, ПК21у1, ПК21у2, ПК21в1, ПК21в2, ПК1з1, ПК1з2, ПК1у1, ПК1у2, ПК1в1, ПК1в2
2.	Маркетинговые стратегии территорий	6	2			106	ОК3з1, ОК3з2, ОК3у1, ОК3у2, ОК3в1, ОК3в2, ОПК2з1, ОПК2з2, ОПК2у1, ОПК2у2, ОПК2в1, ОПК2в2, ОПК3з1, ОПК3з2, ОПК3у1, ОПК3у2, ОПК3в1, ОПК3в2, ПК21з1, ПК21з2, ПК21у1, ПК21у2, ПК21в1, ПК21в2, ПК1з1, ПК1з2, ПК1у1, ПК1у2, ПК1в1, ПК1в2
	Контроль	7					
	Итого	4	4	0.3	2	162.7	

4.2 Содержание разделов и тем

4.2.1 Контактная работа

Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
1.	Основы маркетинга территорий	лекция	Современная концепция маркетинга территорий
		лекция	Инструменты и механизмы маркетинга территорий
		лекция	
		лекция	
2.	Маркетинговые стратегии территорий	лекция	Разработка стратегии маркетинга территорий
		лекция	Маркетинг страны
		лекция	Маркетинг региона
		лекция	Маркетинг города
		лекция	Внедрение территориального маркетинга

*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
1.	Основы маркетинга территорий	практическое занятие	Территория как объект маркетинга
		практическое занятие	Сущность и эволюция маркетинга территорий
		практическое занятие	Субъекты маркетинга территорий, их цели и интересы
		практическое занятие	Инструменты маркетингового анализа территории
		практическое занятие	Инструменты выработки стратегии и тактики действий
		практическое занятие	
		практическое занятие	
		практическое занятие	
2.	Маркетинговые стратегии территорий	практическое занятие	Конкурентные преимущества территории
		практическое занятие	Маркетинговый анализ и стратегии развития территорий
		практическое занятие	Риски в маркетинге территорий.
		практическое занятие	Понятие геобренда. Сущность и принципы геобрендинга.
		практическое занятие	Позиционирование и дифференцирование территорий: зарубежный и российский опыт.
		практическое занятие	Ребрендинг территорий.
		практическое занятие	Основные инструменты и каналы продвижения в геобрендинге.
		практическое занятие	Методы обеспечения инвестиционной привлекательности территории.
		практическое занятие	Развитие сферы культуры в формировании уникальности геобренда.

** семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
1.	Основы маркетинга территорий	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации

		- тестирование
2.	Маркетинговые стратегии территорий	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование

*** самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ

5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Литература:

Основная литература

1. Маркетинг территорий: учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова [и др.]; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03593-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469045>

2. Логунцова, И. В. Маркетинг территорий: учебник и практикум для вузов / И. В. Логунцова, И. В. Малькова. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 163 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09402-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450160>

Дополнительная литература

1. Маркетинг территорий: учебник и практикум для академического бакалавриата / А. А. Угрюмова [и др.]; под общей редакцией М. В. Савельевой. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 381 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04517-8. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/438882>

2. Региональная экономика и управление развитием территорий: учебник и практикум для вузов / И. Н. Ильина [и др.]; под общей редакцией Ф. Т. Прокопова. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 351 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00236-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468924>

3. Хмелева Г. А. Региональная экономика и территориальное развитие (продвинутый уровень) [Электронный ресурс]: практикум. - Самара: Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2018. - 68 с. - ISBN 978-5-94622-850-3. <http://lib1.sseu.ru/MegaPro/Web>

Литература для самостоятельного изучения

1. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий: учебное пособие для академического бакалавриата / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07732-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/437354>

2. Джанджугазова, Е. А. Маркетинговые технологии в туризме: маркетинг туристских территорий: учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10551-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/430801>

3. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. А. Пашкус [и др.]. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 225 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00742-8. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433821>

5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Microsoft Windows 10 Education / Microsoft Windows 7 / Windows Vista Business
2. Office 365 ProPlus, Microsoft Office 2019, Microsoft Office 2016 Professional Plus (Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher) / Microsoft Office 2007 (Word, Excel, Access, PowerPoint)

5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)

2. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru/>)
3. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

5.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. Справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

5.5. Специальные помещения

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования

Для проведения занятий лекционного типа используются демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия в виде презентационных материалов, обеспечивающих тематические иллюстрации.

6. Фонд оценочных средств по дисциплине Маркетинг территорий:

6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля	Отметить нужное знаком «+»
Текущий контроль	Оценка докладов	+
	Устный/письменный опрос	-

	Тестирование	+
	Практические задачи	-
	Оценка контрольных работ (для заочной формы обучения)	-
Промежуточный контроль	Экзамен	+

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной программе высшего образования, утвержденными Ученым советом ФГАОУ ВО СГЭУ №14 от 31.03.2021г.

6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
Общекультурные компетенции (ОК):

ОК-3 - способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
Пороговый	ОК3з1: основы экономических явлений и процессов	ОК3у1: интерпретировать и анализировать экономические явления и процессы в соответствии с базовыми экономическими категориями	ОК3в1: методами анализа экономических процессов и явлений в различных сферах деятельности
Повышенный	ОК3з2: основные экономические проблемы и методологические подходы к их описанию	ОК3у2: применять основы экономических знаний в различных сферах деятельности	ОК3в2: решать экономические задачи в различных сферах деятельности

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

ОПК-2 - способностью находить организационно-управленческие решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
Пороговый	ОПК2з1: виды, типы, формы организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности	ОПК2у1: с позиций управленческо-правовых норм анализировать конкретные ситуации, возникающие в повседневной практике	ОПК2в1: навыками применения организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности
Повышенный	ОПК2з2: методы, принятия	ОПК2у2: анализировать и оценивать	ОПК2в2: приемами выбора метода и моделей для

	организационно-управленческих решений в профессиональной, виды ответственности за них	организационно-управленческие решения; принимать адекватные решения при возникновении критических, спорных ситуаций	разработки организационно-управленческих решений, механизм реализации и контроля принятого решения с учетом социальной значимости; способностью нести ответственность за принятые организационно-управленческие решения
--	---	---	---

ОПК-3 - способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
Пороговый	ОПК3з1: основные законы организации; типологию современных организационных структур, принципы стратегического управления; принципы и подходы к формированию эффективных команд; особенности управления функциональными зонами организации	ОПК3у1: проектировать организационные структуры; разрабатывать стратегии управления человеческими ресурсами организаций	ОПК3в1: навыками планирования и осуществления мероприятий, распределения и делегирования полномочий с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия
Повышенный	ОПК3з2: особенности персонала, уровни подготовки, тип управленческой роли; способы и особенности социализации личности	ОПК3у2: разрабатывать стратегию управления человеческими ресурсами; проводить аудит человеческих ресурсов, формировать систему контроля за деятельностью подчиненных с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия	ОПК3в2: навыками распределения ответственности, контроля и оценки персонала в соответствии с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-21 - умением определять параметры качества управленческих решений и осуществления административных процессов, выявлять отклонения и принимать корректирующие меры

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	Знать	Уметь	Владеть

			(иметь навыки)
Пороговый	ПК21з1: критерии оценки качества, эффективности и результативности государственных и управленческих решений	ПК21у1: определять параметры качества управленческих решений и осуществления административных процессов	ПК21в1: навыками внутреннего и внешнего побуждения к выполнению задач на основе анализа уровня удовлетворенности
Повышенный	ПК21з2: основные способы организации контроля качества административной деятельности и принятия управленческих решений на разных уровнях управленческой иерархии в органах государственной и муниципальной власти; правила проведения корректирующих процедур при принятии управленческих решений	ПК21у2: организовывать контроль за процессами принятия и реализации управленческих решений на разных уровнях управленческой иерархии в органах государственной и муниципальной власти; выявлять и предупреждать отклонения и отрицательные последствия при осуществлении административных процессов	ПК21в2: навыками выработки, оценки качества, выявления отклонений и корректировки государственных и управленческих решений

ПК-1 - умением 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

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
Пороговый	ПК1з1: приоритеты профессиональной деятельности; виды и типы, методы подготовки управленческих решений	ПК1у1: осуществлять выбор оптимальных методов принятия управленческих решений в сфере публичного управления; разрабатывать и обосновывать варианты эффективных управленческих решений	ПК1в1: методологическими и организационными основами процесса разработки управленческих решений в профессиональной деятельности
Повышенный	ПК1з2: методы, инструменты и технологии регулирующего воздействия при реализации управленческих решений, в том числе в условиях	ПК1у2: оценивать экономическую и социальную эффективность управленческих решений; обеспечивать реализацию корректирующих мероприятий с целью	ПК1в2: методами оценки эффективности и качества принятых управленческих решений в профессиональной деятельности в том числе в условиях неопределенности и рисков

неопределенностей и рисков	повышения эффективности организационной деятельности	
----------------------------	--	--

6.3. Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контролируемые планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по программе	Вид контроля/используемые оценочные средства	
			Текущий	Промежуточный
1.	Основы маркетинга территорий	ОК3з1, ОК3з2, ОК3у1, ОК3у2, ОК3в1, ОК3в2, ОПК2з1, ОПК2з2, ОПК2у1, ОПК2у2, ОПК2в1, ОПК2в2, ОПК3з1, ОПК3з2, ОПК3у1, ОПК3у2, ОПК3в1, ОПК3в2, ПК21з1, ПК21з2, ПК21у1, ПК21у2, ПК21в1, ПК21в2, ПК1з1, ПК1з2, ПК1у1, ПК1у2, ПК1в1, ПК1в2	Оценка докладов Тестирование	Экзамен
2.	Маркетинговые стратегии территорий	ОК3з1, ОК3з2, ОК3у1, ОК3у2, ОК3в1, ОК3в2, ОПК2з1, ОПК2з2, ОПК2у1, ОПК2у2, ОПК2в1, ОПК2в2, ОПК3з1, ОПК3з2, ОПК3у1, ОПК3у2, ОПК3в1, ОПК3в2, ПК21з1, ПК21з2, ПК21у1, ПК21у2, ПК21в1, ПК21в2, ПК1з1, ПК1з2, ПК1у1, ПК1у2, ПК1в1, ПК1в2	Оценка докладов Тестирование	Экзамен

6.4. Оценочные материалы для текущего контроля

Примерная тематика докладов

Раздел дисциплины	Темы
Основы маркетинга территорий	1. История развития маркетинга. Сферы применения 2. Содержание маркетинга, его роль в экономике 3. Теории человеческих потребностей, их применение в маркетинге территорий 4. Концепция социально-этического маркетинга 5. Территориальный продукт 6. Особенности установления цены на территориальный продукт 7. Распределение и продвижение территориального продукта 8. Основные факторы микро- и макро среды
Маркетинговые стратегии территорий	9. Территориальные аспекты маркетинговой деятельности 10. Способы повышения конкурентоспособности страны

	11. Конкуренентоспособность и инвестиционная привлекательность региона 12. Внедрение территориального маркетинга на уровне муниципального района, сельских и городских поселений 13. Количественные и качественные методы маркетинговых исследований в территориальном маркетинге 14. Достоинства и недостатки различных методов сбора маркетинговой информации 15. Процесс формирования выборки 16. Правила составления анкеты 17. Характеристика основных групп потребителей в территориальном маркетинге 18. Критерии выбора привлекательных рыночных сегментов в маркетинге территорий 19. Дифференциация территорий 20. Процесс выбора территории как места проживания и (или) осуществления деятельности 21. Конкуренентоспособность территории 22. Разработка деловых стратегий территории 23. Инвестиционный климат территории
--	--

Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций размещены в ЭИОС СГЭУ, <https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=514>

Что в большей степени подразумевает управление территорией?

оказание услуг

производство материального продукта

оба ответа правильные

С предоставлением какого вида благ больше связано управление территорией?

общественных

индивидуальных

оба ответа правильные

На какой эффект больше нацелена коммерческая организация в ходе своей деятельности?

экономический

социальный

культурный

Что можно отнести к отличиям некоммерческого маркетинга от коммерческого?

оба ответа правильные

некоммерческие субъекты обязаны обслуживать и экономически невыгодных субъектов рынка выгоды, которые получает потребитель общественных благ, часто имеют опосредованный характер и могут стать ощутимыми только во временной перспективе

Как, согласно А.П. Панкрухину, называется деятельность, рассматривающая в качестве объекта внимания и продвижения территорию в целом и осуществляемая как внутри, так и за ее пределами?

маркетинг территорий

территориальный маркетинг

маркетинг на территории

Укажите верное утверждение

оба ответа правильные

территориальный маркетинг тесно связан со стратегическим управлением территорией

территориальный маркетинг - это современная философия управления территорией, в основе которой лежит новое понимание роли и функций территориальных органов власти

Кто не относится к субъектам территориального маркетинга?

- коммерческие организации других территорий
- территориальные органы власти
- коммерческие организации на территории

В какой форме в России местное население принимает наиболее активное участие в территориальном маркетинге?

- через выборы своих представителей в территориальные органы власти
- через работу в некоммерческих организациях
- через личное участие в качестве частных лиц

Как называется совокупность управляемых параметров, манипуляция которыми позволяет наилучшим образом удовлетворять потребности человека и экономических субъектов в общественных благах, услугах и ресурсах территории?

- комплекс средств территориального маркетинга
- продвижение территории
- формирование территориального продукта

Какие аспекты территории оценивает потребитель, рассматривая ее как продукт?

- оба ответа правильные
- состояние системы менеджмента территории
- природные и климатические условия проживания на территории

Какая торговая марка более устойчива и трудноизменяема?

- торговая марка территории
- торговая марка продукта массового потребления
- торговая марка услуги

Возможно ли применение классической концепции «4P» к территории как продукту?

- да, с учетом специфики объекта
- да, в полном объеме
- нет, эта концепция только для коммерческой сферы деятельности

Укажите верное утверждение:

- цена территориального продукта включает как явные, так и вмененные издержки
- цена территориального продукта включает только явные издержки
- цена территориального продукта включает только вмененные издержки

В каких аспектах рассматривается территория как продукт с точки зрения расположения в территориальном маркетинге?

- как объективно существующая, не подлежащая изменению локализация, и динамическая характеристика, как элемент системы движения сырьевых, человеческих, материальных, финансовых, информационных потоков.
- только как статичная локализация, не подлежащая изменению
- только как динамическая характеристика, как элемент системы движения сырьевых, человеческих, материальных, финансовых, информационных потоков.

В какую эпоху локализация территории перестала быть определяющим фактором ее дистрибуции?

- постиндустриальную
- индустриальную
- постмодернистскую

Кто обычно является инициатором и спонсором рекламной кампании территориального продукта?

- территориальные органы власти

центральные органы власти
местное сообщество

Примером какого типа рекламы является создание территориального представительства одного субъекта РФ на территории другого субъекта?

персональные продажи
выставочная реклама
компьютерная реклама

Как называется неперсональная деятельность по популяризации и созданию известности территории и ее территориального продукта через использование отзывов в средствах массовой информации на некоммерческой основе?

паблисити
личные продажи
паблик рилейшнз

Что можно отнести к последним тенденциям продвижения территориального продукта?

онлайн-маркетинг
выставочную деятельность
паблисити

Каким термином обозначается маркетинг территорий в Европе?

маркетинг мест
маркетинг локализаций
маркетинг кластеров

Практические задачи (min 20, max 50 + ссылку на ЭИОС с электронным изданием, если имеется)

Раздел дисциплины	Задачи

6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме экзамена

Раздел дисциплины	Вопросы
1. Основы маркетинга территорий	<ol style="list-style-type: none">1. Взаимосвязь маркетинга и территориального маркетинга.2. Сущность территориального маркетинга.3. Субъекты территориального маркетинга.4. Маркетинговая среда в территориальном управлении.5. Аналитические инструменты территориального маркетинга6. Прикладные инструменты территориального маркетинга
2. Маркетинговые стратегии территорий	<ol style="list-style-type: none">7. Деловые стратегии территории8. Методы маркетинга территорий9. Основные понятия интернет-маркетинга10. Цели и задачи регионального маркетинга, решаемые в сети Интернет11. Формирование брендинговой политики региона12. Маркетинг государства13. Территориальный маркетинг региона14. Имидж и репутация региона15. Маркетинг муниципального образования16. Особенности маркетинга городов17. Типология городских маркетинговых стратегий

	<p>18. Внедрение территориального маркетинга</p> <p>19. Маркетинг туристских зон.</p> <p>20. Маркетинг инновационных зон.</p> <p>21. Маркетинг агропромышленных зон.</p> <p>22. Процесс внедрения маркетинга территории в территориальное управление.</p> <p>23. Этапы организации территориального маркетинга.</p> <p>24. Показатели результативности маркетинга территорий.</p> <p>25. Маркетинг кластеров.</p> <p>26. Маркетинг специализированных социально-экономических территорий. Креативный и интеллектуальный потенциал территории как условие развития территориального маркетинга.</p> <p>27. Понятие и виды инструментов исследований в маркетинге территории. Индексы и рейтинги территории как комплексные показатели информации.</p> <p>28. Комплекс маркетинговых коммуникаций территории.</p> <p>29. Цели и задачи маркетинговых коммуникаций в территориальном развитии.</p> <p>30. Виды коммуникаций маркетинга территории.</p>
--	---

6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

Шкала и критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 4-х балльной системы
«отлично»	ОК3з1, ОК3з2, ОК3у1, ОК3у2, ОК3в1, ОК3в2, ОПК2з1, ОПК2з2, ОПК2у1, ОПК2у2, ОПК2в1, ОПК2в2, ОПК3з1, ОПК3з2, ОПК3у1, ОПК3у2, ОПК3в1, ОПК3в2, ПК21з1, ПК21з2, ПК21у1, ПК21у2, ПК21в1, ПК21в2, ПК1з1, ПК1з2, ПК1у1, ПК1у2, ПК1в1, ПК1в2
«хорошо»	ОК3з1, ОК3з2, ОК3у1, ОК3в1, ОПК2з1, ОПК2з2, ОПК2у1, ОПК2в1, ОПК3з1, ОПК3з2, ОПК3у1, ОПК3в1, ПК21з1, ПК21з2, ПК21у1, ПК21в1, ПК1з1, ПК1з2, ПК1у1, ПК1в1
«удовлетворительно»	ОК3з1, ОК3у1, ОК3в1, ОПК2з1, ОПК2у1, ОПК2в1, ОПК3з1, ОПК3у1, ОПК3в1, ПК21з1, ПК21у1, ПК21в1, ПК1з1, ПК1у1, ПК1в1
«неудовлетворительно»	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне