



Федеральное агентство морского и речного транспорта
ФГБОУ ВО «ГУМРФ имени адмирала С.О. Макарова»
Котласский филиал
Федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего образования
«Государственный университет морского и речного флота
имени адмирала С.О. Макарова»
Котласский филиал ФГБОУ ВО «ГУМРФ имени адмирала С.О. Макарова»

Кафедра естественнонаучных и технических дисциплин

УТВЕРЖДАЮ

Директор

О.В. Шергина

«16» июня 2023 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины Маркетинг территорий

Направление подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление

Профиль Государственное и муниципальное управление в социальной сфере

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

Котлас
2023

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 38.03.04 Государственное и муниципальное управление

В результате освоения ОПОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Код компетенции	Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Планируемые результаты освоения дисциплины
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	Знать: основы государственной и региональной политики в области продвижения территорий и формы ее реализации в различных сферах общественной жизни
		Уметь: самостоятельно использовать полученные теоретические знания при анализе конкретных ситуаций в практике регионального управления
		Владеть: теоретическими основами и практическими навыками анализа маркетинга территорий и возможностью управления ресурсами территорий
ПК-12	способностью разрабатывать социально-экономические проекты (программы развития), оценивать экономические, социальные, политические условия и последствия реализации государственных (муниципальных) программ (ПК-12)	Знать: сущность и содержание категорий и понятий в сфере маркетинга территорий, закономерности и принципы формирования и функционирования регионального маркетинга
		Уметь: анализировать организацию системы маркетинга территорий на всех уровнях управления
		Владеть: методами разработки моделей проектирования процедур управления в системе маркетинга территорий

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг территорий» является дисциплиной вариативной части программы Блока Б1.В.ОД.14 «Обязательные дисциплины» и изучается на 3-ем курсе заочной формы обучения.

Изучение дисциплины основано на знании курсов «Экология», «Основы государственного и муниципального управления», «Основы маркетинга», «Демография», «Теория управления», «Деловые коммуникации», «Методы принятия управленческих решений». Взаимосвязь между этими дисциплинами обусловлена логикой учебно-педагогического процесса, поскольку именно в ходе изучения данной дисциплины обеспечивается взаимосвязь и осознание отдельных элементов теории и практики государственного и муниципального управления и интеграции их в

единый системный подход к экономике и управлению территорией как к целому.

Знания и умения, полученные в процессе освоения дисциплины, будут востребованы при изучении курсов «Региональное управление и территориальное планирование», «Экономика и управление социальной сферой», «Управление государственной и муниципальной собственностью», «Социальная политика и доходы населения», «Государственные и муниципальные финансы», «Управление общественными отношениями».

3. Объем дисциплины в зачетных единицах и виды учебных занятий

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

Вид учебной работы	Форма обучения					
	Очная			Заочная		
	Всего часов	из	них в	Всего часов	из	них в
		семестре №	5		6	
Общая трудоемкость дисциплины				108		108
Контактная работа обучающихся с преподавателем, всего				12		12
В том числе:						
Лекции				4		4
Практические занятия				4		4
Лабораторные работы						
Тренажерная подготовка						
Самостоятельная работа, всего				100		100
В том числе:						
Курсовая работа / проект						
Расчетно-графическая работа (задание)						
Контрольная работа						
Коллоквиум						
Реферат						
Другие виды самостоятельной работы				64		64
Промежуточная аттестация: <i>экзамен</i>				36		36

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

4.1. Содержание разделов (тем) дисциплины

№ п/п	Наименование раздела (темы) дисциплины	Содержание раздела (темы) дисциплины	Трудоемкость в часах по формам обучения	
			очная	заочная
1	Маркетинг территорий. Его сущность и специфика в органах власти	Повышение конкурентоспособности России – главная цель органов власти и политики; кому нужен маркетинг территорий; сущность и разновидности маркетинга территорий. Субъекты маркетинга территорий, их цели, интересы; участники маркетинговых отношений; целевые группы; «потребители территорий»; «резиденты – нерезиденты»; «физически-юридические лица». Комплекс мер, обеспечивающий целевую ориентацию маркетинга территорий; демаркетинг территорий; посредники маркетинга территорий. Стратегии маркетинга территорий: маркетинг имиджа, маркетинг привлекательности, маркетинг инфраструктуры, маркетинг населения и персонала. Инструменты маркетинга территорий. SWOT-анализ. Исследование целевых рынков. Позиционирование территории. Рыночная доля территории. Стратегия «4P» территории.		0,5
2	Маркетинг страны	Имидж страны; символы разных стран: неформальная символика; исторический образ России. Имидж страны на уровне бытовой психологии; наиболее значимые факторы уважения страны; улучшение имиджа; конкурентоспособность страны; основные группы преимуществ; стадии развития конкурентоспособности; технологии оценки; факторы инвестиционной привлекательности стран; маркетинг страны и займа; концепция формирования позитивного образа России.		1
3	Маркетинг региона	Необходимость маркетинга региона; проблема использования региональных брендов; ведущие субъекты маркетинга		1

		<p>региона; главные цели регионального маркетинга; основные задачи, решаемые с помощью маркетинга региона; информационная структура регионального маркетинга как процесса. Целевые рынки покупателей услуг территории: рынок приезжих, жители и работающие по найму, отрасли экономики и инвесторы, отечественные инорегиональные и международные рынки; позиционирование регионов. Стратегия и тактика регионального маркетинга; основные функции маркетинга и его компоненты; создание, поддержание и изменение имиджа региона; позиционирование имиджа региона. Маркетинг достопримечательностей и развлечений; стратегии достопримечательностей; реклама и другие коммуникации в региональном маркетинге, инструменты и средства коммуникаций регионального маркетинга; идентификация региона; организация маркетинга региона; организационно-правовые стороны и статус организаций, занимающихся маркетингом региона; региональные центры и службы маркетинга; основные направления деятельности центров регионального маркетинга.</p>		
4	Межрегиональный маркетинг	<p>Создание межрегиональных маркетинговых центров; система межрегиональных маркетинговых центров; основные направления деятельности межрегиональных маркетинговых центров за рубежом; информационные ресурсы межрегиональных маркетинговых центров.</p>		1
5	Маркетинг города	<p>территориальных образований и специфика городского маркетинга. Информация и индикаторы состояния городов; индексы и рейтинги; база данных городов по ООН и её структура; рейтинги городов; показатели определения рейтинга. Стоимость жизни в городах; городской продукт; аргументы функционирования городов; антимакетинговая ориентация в организации коммунального обслуживания; дифференциация коммунальных услуг. Притягательность</p>		0,5

		Москвы и её ресурсов; стратегия развития Москвы; город и маркетинговые коммуникации; выставочная деятельность городов. Маркетинг локальных мест; основные объекты маркетинга локальных мест; основные особенности маркетинга жилищного фонда; особенности маркетинга нежилого фонда; объекты маркетинга земли; основные цели маркетинга отдыха и оздоровления		
6	Основные особенности директ-маркетинга	Происхождение директмаркетинга. Директмаркетинг-основное направление стратегии привлечения потребителей территории в современных условиях. Спектр средств и методов директмаркетинга. Базы данных. Программа лояльности. Кампания директмаркетинга и ее эффективность. Потребители директмаркетинга		
7	Интернет-маркетинг территорий	Принципиально новые возможности интернет-маркетинга для управления развитием территорий; задачи и инструменты интернет-маркетинга территорий; основные принципы; главные проблемы и направления развития; экономическая целесообразность интернет-маркетинга в развитии территорий		

4.2. Лабораторные работы (не предусмотрены учебным планом)

4.3. Практические/семинарские занятия

№ п/п	Номер раздела (темы) дисциплины	Наименование и содержание семинарских практических занятий	Трудоемкость в часах
1	2	Спортивные и культурные достижения в формировании имиджа страны	2
2	5	Структура и целевая аудитория городских праздников в формировании имиджа города	2

5. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

5.1. Самостоятельная работа

№ п/п	Вид самостоятельной работы	Наименование работы и содержание
1.	Изучение учебной литературы, нормативно-правовой документации в области управления территориальным развитием	Подготовка к экзамену. Подготовка к практическим занятиям.

5.2. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

№ п/п	Наименование работы, ее вид	Выходные данные	Автор(ы)
1	Методические рекомендации к выполнению курсовой работы по дисциплине «Маркетинг территории»	Электронный ресурс университета	Патрушева Н.А.
2	Территориальное управление (Методология, теория, практика). Монография	М.: ИМ-Информ, 1998. – 320 с. Библиотека филиала	Зотов В.Б.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Приведен в обязательном приложении к рабочей программе

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература

1. Улицкая, Н.Ю. : [16+] / Н.Ю. Улицкая, Л.Н. Семеркова. – Москва : Креативная экономика, 2017. – 230 с. : табл., схем., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499069>
2. Реброва, Н.П. Территориальный маркетинг / Н.П. Реброва ; Финансовый университет при Правительстве РФ. – Москва : Прометей, 2018. – 141 с. : схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494923>

Дополнительная литература

1. Арженовский, И. В. Маркетинг регионов : учебное пособие / И. В. Арженовский. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 136 с. : табл., граф., ил, схемы – Режим доступа: по подписке. –

URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684882> (дата обращения: 17.11.2022). – Библиогр.: с. 117-119. – ISBN 978-5-238-02219-2. – Текст : электронный.

2. Маркетинг. Васильев. Г.А., Гайденок Т.А Учебное пособие М.: ЮНИТИ 2002 Библиотека филиала

3. Устойчивое развитие поселений и урбанизированных территорий Щербина Е.В. Учебное пособие М. : МИСИ – МГСУ, 2016. – 128 с. – ЭБС «Лань»

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

№ п/п	Наименование информационного ресурса	Ссылка на информационный ресурс
1.	Официальный сайт журнала «Проблемы местного самоуправления»	http://www.samoupravlenie.ru
2.	Официальный сайт Правительства Архангельской области	https://dvinaland.ru
3.	Справочно-правовая система «Гарант»	http://www.garant.ru/
4.	Электронно-библиотечная система «Лань»	http://e.lanbook.com/
5.	Информационно-справочный портал	http://www.library.ru/
6.	"Университетская библиотека online"	http://biblioclub.ru

9. Описание материально-технической базы и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	Архангельская обл., г.Котлас, ул.Заполярная, д.19, кабинет № 215 «Общегуманитарные и социально-экономические дисциплины. Социально-экономические дисциплины. Общеобразовательные дисциплины»	Доступ в Интернет. Комплект учебной мебели (столы, стулья, доска). Стенды, компьютер в сборе (системный блок (Intel Celeron 1,8 GHz, 1 Gb), монитор Samsung 793DF ЭЛТ, клавиатура, мышь) – 1 шт., локальная компьютерная сеть, телевизор Rolsen 29»	Microsoft Windows XP Professional (контракт №323/08 от 22.12.2008 г. ИП Кабаков Е.Л.); Kaspersky Endpoint Security (контракт №311/2015 от 14.12.2015); Libre Office (текстовый редактор Writer, редактор таблиц Calc, редактор презентаций Impress и прочее) (распространяется свободно, лицензия GNU LGPL v3+, The Document Foundation); PDF-XChange Viewer (распространяется бесплатно, Freeware, лицензия EULA V1-7.x., Tracker Software

		ЭЛТ – 1 шт., видеомагнитофон Samsung – 1 шт., учебно-наглядные пособия	Products Ltd); AIMP (распространяется бесплатно, Freeware для домашнего и коммерческого использования, Artem Izmaylov); XnView (распространяется бесплатно, Freeware для частного некоммерческого или образовательного использования, XnSoft); Media Player Classic - Home Cinema (распространяется свободно, лицензия GNU GPL, MPC-NC Team); Mozilla Firefox (распространяется свободно, лицензия Mozilla Public License и GNU GPL, Mozilla Corporation); 7- zip (распространяется свободно, лицензия GNU LGPL, правообладатель Igor Pavlov)); Adobe Flash Player (распространяется свободно, лицензия ADOBE PCSLA, правообладатель Adobe Systems Inc.).
2	Архангельская обл., г. Котлас, ул. Спортивная, д. 18 Кабинет № 301-а «Гуманитарных и социальных дисциплин»	Доступ в Интернет. Комплект учебной мебели (столы, стулья, доска); проектор Acer X1210K DLP, ноутбук Dell Latitude 110L, экран, учебно- наглядные пособия	Windows XP Professional (MSDN AA Developer Electronic Fulfillment (Договор №09/2011 от 13.12.2011)); MS Office 2007: Word, Excel, PowerPoint (Лицензия (гос. Контракт № 48-158/2007 от 11.10.2007)); Yandex Браузер (распространяется свободно, лицензия BSD License, правообладатель ООО «ЯНДЕКС»); Adobe Acrobat Reader (распространяется свободно, лицензия ADOBE PCSLA, правообладатель Adobe Systems Inc.).

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Рекомендации по освоению лекционного материала, подготовке к лекциям

Лекции являются основным видом учебных занятий в высшем учебном заведении. В ходе лекционного курса проводится изложение современных научных взглядов и освещение основных проблем изучаемой области знаний.

Значительную часть теоретических знаний студент должен получать самостоятельно из рекомендованных основных и дополнительных

информационных источников (учебников, Интернет-ресурсов, электронной образовательной среды университета).

В тетради для конспектов лекций должны быть поля, где по ходу конспектирования делаются необходимые пометки. В конспектах рекомендуется применять сокращения слов, что ускоряет запись. Вопросы, возникшие в ходе лекций, рекомендуется делать на полях и после окончания лекции обратиться за разъяснениями к преподавателю.

После окончания лекции рекомендуется перечитать записи, внести поправки и дополнения на полях. Конспекты лекций рекомендуется использовать при подготовке к практическим занятиям (лабораторным работам, семинарам), экзамену/зачету, контрольным тестам, коллоквиумам, при выполнении самостоятельных заданий.

Таким образом, лекции являются основным видом учебных занятий в высшем учебном заведении, в ходе которых преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации на семинарское занятие и указания на самостоятельную работу.

Рекомендации по подготовке к практическим занятиям

Для подготовки к практическим занятиям необходимо заранее ознакомиться с перечнем вопросов, которые будут рассмотрены на занятии, рекомендуемой основной и дополнительной литературы, содержанием рекомендованных Интернет-ресурсов. Необходимо прочитать соответствующие разделы из основной и дополнительной литературы, рекомендованной преподавателем, выделить основные понятия и процессы, их закономерности и движущие силы и взаимные связи. При подготовке к занятию не нужно заучивать учебный материал. На практических занятиях нужно выяснять у преподавателя ответы на интересующие или затруднительные вопросы, высказывать и аргументировать свое мнение.

Проведение практических занятий направлено на углубление и закрепление знаний, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы. Проведение практических занятий направлено на формирование навыков и умений самостоятельного применения полученных знаний в практической деятельности. Практическое задание предполагает свободный обмен мнениями по избранной тематике. Он начинается со вступительного слова преподавателя, формулирующего цель занятия и характеризующего его основную проблематику. Затем, как правило, заслушиваются сообщения студентов, либо студентам предлагается ряд заданий для самостоятельного выполнения. Обсуждение сообщения и (или) результатов самостоятельной работы совмещается с рассмотрением намеченных вопросов. Поощряется выдвижение и обсуждение альтернативных мнений.

Рекомендации по организации самостоятельной работы

Необходимость организации со студентами разнообразной самостоятельной деятельности определяется тем, что удастся разрешить противоречие между трансляцией знаний и их усвоением во взаимосвязи

теории и практики. Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Самостоятельная работа студентов проводится для оптимизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений студентов, углубления и расширения теоретических знаний, формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу, развития познавательных способностей и активности студентов (творческой инициативы, самостоятельности, ответственности, организованности), формирования самостоятельного мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации, развития исследовательских умений.

Цель самостоятельной работы студентов – научиться самостоятельно, планировать и осуществлять различные аспекты деятельности практики в организации.

В основе самостоятельной работы студентов лежат принципы:

- самостоятельности;
- развивающе-творческой направленности;
- целевого планирования;
- личностно-деятельностного подхода.

Самостоятельная работа выполняет ряд функций, к которым относят:

1. Развивающая – повышение культуры умственного труда, приобщение к творческим видам деятельности, обогащение интеллектуальных способностей студентов.

2. Информационно-обучающая – учебная деятельность студентов на аудиторных занятиях, неподкрепленная самостоятельной работой, становится малорезультативной.

3. Ориентирующая и стимулирующая – процессу обучения придается профессиональное ускорение.

4. Воспитывающая – формируются и развиваются профессиональные качества специалиста.

5. Исследовательская – новый уровень профессионально-творческого мышления.

Содержание внеаудиторной самостоятельной работы определяется в соответствии с рекомендуемыми видами заданий и согласно рабочей программе учебной дисциплины. Распределение объема времени на внеаудиторную самостоятельную работу в режиме дня студента не регламентируется расписанием.

Самостоятельная работа студентов по курсу «Маркетинг территорий» включает:

- изучение учебной литературы по курсу,
- подготовку докладов к семинарам в форме презентаций,
- изучение исторических источников,
- работу с ресурсами Интернет,
- выполнение курсовой работы,

– подготовку к экзамену.

Задания для самостоятельной работы предлагаются студентам для углубленной проработки лекционного материала.

Правильная организация самостоятельных учебных занятий, их систематичность, целесообразность планирования рабочего времени позволяет привить студентам умения и навыки в овладении, изучении, усвоении и систематизации приобретаемых знаний в процессе обучения, обеспечивать высокий уровень успеваемости в период обучения, привить навыки повышения профессионального уровня в течение всей трудовой деятельности. Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально, парами или микро-группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

Контроль самостоятельной работы студентов осуществляется через различные формы контроля и обучения:

– консультации (установочные, тематические), в ходе которых студенты должны осмысливать полученную информацию, а преподаватель определить степень понимания темы и оказать необходимую помощь;

– следящий контроль осуществляется на лекциях, семинарских, практических занятиях. Он проводится в форме собеседования, устных ответов студентов, контрольных работ, тестов, организации дискуссий и диспутов, фронтальных опросов.

Преподаватель фронтально просматривает наличие письменных работ, упражнений, задач, конспектов.

– текущий контроль осуществляется в ходе проверки и анализа отдельных видов самостоятельных работ, выполненных во внеаудиторное время. Это, как правило, работы индивидуального характера;

– промежуточный контроль осуществляется посредством экзамена, предусмотренного учебным планом.

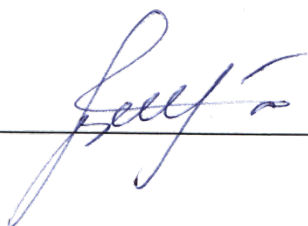
Составитель: к.э.н. Попова В.В.

Зав. кафедрой: к.т.н., доцент Шергина О.В.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры естественнонаучных и технических дисциплин и утверждена на 2023-2024 учебный год

Протокол № 9 от «16» июня 2023 г.

Зав. кафедрой: _____



/ Шергина О.В./