

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Сыров Игорь Анатольевич
Должность: Директор
Дата подписания: 30.10.2023 12:25:28
Уникальный программный ключ:
b683afe664d7e9f64175886cf9626a196149ad36

СТЕРЛИТАМАКСКИЙ ФИЛИАЛ
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УФИМСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ»

Факультет
Кафедра

Экономический
Экономики и управления

Рабочая программа дисциплины (модуля)

дисциплина

Б1.В.17 Маркетинг территорий

часть, формируемая участниками образовательных отношений

Направление

38.03.04
код

Государственное и муниципальное управление
наименование направления

Программа

Государственное и муниципальное управление

Форма обучения

Очная

Для поступивших на обучение в
2023 г.

Разработчик (составитель)

Ягодина А. Р.
ученая степень, должность, ФИО

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций	3
2. Цели и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы	4
3. Объем дисциплины (модуля) 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	4
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	4
4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах).....	4
4.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)	5
5. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	6
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)	7
6.1. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)	7
6.2. Перечень электронных библиотечных систем, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем	7
6.3. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства	9
7. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)	9

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

Формируемая компетенция (с указанием кода)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-3. Способен обеспечивать регулирование экономики, регионального развития, деятельности хозяйствующих субъектов и предпринимательства	ПК-3.1. типы и характеристики программ, проектов, документов стратегического планирования; формы программных, проектных и стратегических документов	Обучающийся должен: знать теоретико-методические аспекты разработки и анализа региональных, муниципальных программ, проектов, документов стратегического планирования; нормативно-правовые акты, регулирующие разработку программ, проектов, документов стратегического планирования на региональном и муниципальном уровнях; основные направления и приоритеты бюджетной политики на текущий год, плановый и долгосрочный периоды
	ПК-3.2. проектные и стратегические решения в экономике на микро-, и мезоуровнях	Обучающийся должен: уметь анализировать экономическую эффективность программ и проектов, принимать управленческие решения на каждой стадии их разработки и реализации; устанавливать и балансировать цели стратегических документов на основе анализа экономики;
	ПК-3.3. принятие организационно-управленческих решений с целью оптимизации процесса реализации программ, проектов, документов	Обучающийся должен: владеть навыками диагностики программ, проектов, документов стратегического планирования; подготовки экспертных

	стратегического планирования.	заклучений об их соответствии действующим нормативно-правовым актам, поставленным целям и задачам;
--	-------------------------------	--

2. Цели и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Цели изучения дисциплины:

формирование современного экономического мышления, четкого представления о роли и особенностях территориального маркетинга в системе рыночной экономики, изучение особенностей маркетинга территорий и его составляющих

Дисциплина изучается на 4 курсе в 8 семестре

3. Объем дисциплины (модуля) 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

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 5 зач. ед., 180 акад. ч.

Объем дисциплины	Всего часов
	Очная форма обучения
Общая трудоемкость дисциплины	180
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	
лекций	24
практических (семинарских)	40
другие формы контактной работы (ФКР)	1,2
Учебных часов на контроль (включая часы подготовки):	34,8
экзамен	
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	80

Формы контроля	Семестры
экзамен	8

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

4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

№ п/п	Наименование раздела / темы дисциплины	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			
		Контактная работа с преподавателем			СР
		Лек	Пр/Сем	Лаб	
1	Теоретические основы	24	40	0	80

	организации территориального маркетинга				
1.1	Виды территориального маркетинга	6	8	0	20
1.2	Процесс продвижения территориального продукта	8	10	0	30
1.3	Управление имиджем территории	10	22	0	30
	Итого	24	40	0	80

4.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)

Курс лекционных занятий

№	Наименование раздела / темы дисциплины	Содержание
1	Теоретические основы организации территориального маркетинга	
1.1	Виды территориального маркетинга	Разновидности территориального маркетинга в зависимости от уровня объекта анализа. Специфика и роль маркетинга территорий в зависимости от уровня объекта анализа. Теоретические аспекты позиционирования в территориальном маркетинге: общее и специфическое для каждого уровня. Конкурентоспособность территории: теоретические аспекты, технологии измерения и оценки. Имидж как конкурентный ресурс территории. Брендинг территорий.
1.2	Процесс продвижения территориального продукта	Реструктуризация информационной среды как вариант продвижения территории. Цели, задачи, инструменты программы продвижения территории. Сфера образования и рекламные компании как факторы маркетинга территории. Роль и значение образования в программе продвижения территории. Роль и значение рекламы в продвижении территории. PR как инструмент продвижения. Понятие, задачи и инструменты Интернетмаркетинга в управлении продвижением территории.
1.3	Управление имиджем территории	Значение индексов как комплексного интегративного показателя информации. Рейтинги и индикаторы как первичные данные о состоянии и тенденциях развития территории. SWOT: анализ положения и перспектив территории. PEST-анализ, как инструмент изучения внешней среды. Территориальный имидж как продукт продвижения в маркетинге территории. Инструменты реализации имиджа территории в информационном

		пространстве Составные элементы имиджа региона. Технологии конструирования имиджа территории
--	--	---

Курс практических/семинарских занятий

№	Наименование раздела / темы дисциплины	Содержание
1	Теоретические основы организации территориального маркетинга	
1.1	Виды территориального маркетинга	1. Маркетинг страны и его особенности. Понятие имиджа страны. 2. Внутренний и внешний имидж страны. 3. Составляющие регионального маркетинга. 4. Город и маркетинговые коммуникации.
1.2	Процесс продвижения территориального продукта	Устный опрос по вопросам: 1. Реклама и другие коммуникации в маркетинге регионов. 2. Основные каналы продвижения территориального продукта 3. Прямой маркетинг как одно из средств продвижения территории. 4. Роль средств PR в продвижении территории
1.3	Управление имиджем территории	1.Реструктуризация информационной среды как вариант продвижения территории. 2.Цели, задачи, инструменты программы продвижения территории. 3.Сфера образования и рекламные компании как факторы маркетинга территории. 4. Роль и значение образования в программе продвижения территории. 5.Роль и значение рекламы в продвижении территории. PR как инструмент продвижения. 6.Понятие, задачи и инструменты Интернетмаркетинга в управлении продвижением территории.

5. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Тема 1.1

1. Объективные социально-экономические тенденции, ведущие к необходимости изменения модели территориального управления.
2. Какие средства маркетинговых коммуникаций применяются в территориальном маркетинге.
3. Понятие и элементы внутренней и внешней среды территории.
4. Какие каналы могут быть использованы для продвижения территориального продукта.

Тема 1.2

1. Каковы функции регионального маркетинга по согласованию локальных и национальных интересов?
2. Каковы составляющие имиджа территории?
3. Что означает позиционирование региона?
4. Атрибутивные знаки в формировании привлекательного имиджа территории

Тема 1.3

1. Подготовить набор необходимых характеристик продукта туристской отрасли.

Тема 1.4

1. Проанализировать интернет-рекламу территориального туристического продуктах

Тема 1.5.

1. Проанализировать социальную рекламу.

Тема 2.1

1. Опыт применения комплекса маркетинга территории в мировой и отечественной практике деятельности органов государственной и местной власти.

Тема 2.2.

1. Для четырех стратегических направлений маркетинга г.Стерлитамак разработать альтернативные планы мероприятий.

Тема 2.3.

1. Проанализировать план маркетинга территории как целевую программу.

Тема 2.4

1. Проанализировать опыт территориального имиджа в управлении республики Башкортостан.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

6.1. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Основная учебная литература:

1. Алешникова, В. И. Введение в маркетинг территорий : учебное пособие / В.И. Алешникова. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 272 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1200565. - ISBN 978-5-16-016626-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1896101> (дата обращения: 19.06.2023). – Режим доступа: по подписке.
2. Семилетова, Я. И. Маркетинг территорий : учебное пособие / Я. И. Семилетова. - Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2018. - 129 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1901993> (дата обращения: 19.06.2023). – Режим доступа: по подписке.

Дополнительная учебная литература:

1. Чечулин, А. В. Маркетинг территорий. Как города и страны привлекают туристов, новых жителей и бизнес : пособие / А. В. Чечулин. - Санкт-Петербург : КАРО, 2021. - 144 с. - (Современная наука). - ISBN 978-5-9925-1507-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1864676> (дата обращения: 19.06.2023). – Режим доступа: по подписке.

6.2. Перечень электронных библиотечных систем, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

№ п/п	Наименование документа с указанием реквизитов
1	Договор на доступ к ЭБС ZNANIUM.COM между БашГУ в лице директора СФ БашГУ и ООО «Знаниум» № 3/22-эбс от 05.07.2022
2	Договор на доступ к ЭБС «ЭБС ЮРАЙТ» (полная коллекция) между БашГУ в лице директора СФ БашГУ и ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» № 1/22-эбс от 04.03.2022
3	Договор на доступ к ЭБС «Университетская библиотека онлайн» между БашГУ и

	«Нексмедиа» № 223-950 от 05.09.2022
4	Договор на доступ к ЭБС «Лань» между БашГУ и издательством «Лань» № 223-948 от 05.09.2022
5	Договор на доступ к ЭБС «Лань» между БашГУ и издательством «Лань» № 223-949 от 05.09.2022
6	Соглашение о сотрудничестве между БашГУ и издательством «Лань» № 5 от 05.09.2022
7	ЭБС «ЭБ БашГУ», бессрочный договор между БашГУ и ООО «Открытые библиотечные системы» № 095 от 01.09.2014 г.
8	Договор на БД диссертаций между БашГУ и РГБ № 223-796 от 27.07.2022
9	Договор о подключении к НЭБ и о предоставлении доступа к объектам НЭБ между БашГУ в лице директора СФ БашГУ с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1438-П от 11.06.2019
10	Договор на доступ к ЭБС «ЭБС ЮРАЙТ» (полная коллекция) между УУНиТ в лице директора СФ УУНиТ и ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» № 1/23-эбс от 03.03.2023

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»)

№ п/п	Адрес (URL)	Описание страницы
1	https://www.fin-izdat.ru/journal/region/?ysclid=lmqo9ko863131214993	<p>рецензируемый научный журнал, основанный в 2003 г. по классической модели подписки. С 2018 года журнал предлагает авторам различные способы публикации своих исследований, в том числе по модели Открытого доступа.</p> <p>В журнале публикуются теоретические и научно-практические статьи по результатам научных исследований по теории региональной экономики, региональной экономической политике и механизмам ее реализации, проблемам устойчивого сбалансированного развития регионов, разработке перспективных направлений развития экономики отдельных регионов, разработке и развитию математических методов и моделей анализа и прогнозирования развития социально-экономических процессов общественной жизни, экономике</p>

		природопользования, экологии и землеустройству, экономике народонаселения, демографии и гендерной политике.
--	--	---

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

Наименование программного обеспечения
Office Standart 2007 Russian OpenLicensePack NoLevel Acdmc

7. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Тип учебной аудитории	Оснащенность учебной аудитории
"Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, учебная аудитория для проведения практических работ, учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория текущего контроля и промежуточной аттестации; аудитория, оборудованная для проведения занятий по информационным технологиям; компьютерный класс с доступом к сети "Интернет" и электронной информационно-образовательной среде СФ УУНиТ. Учебная аудитория курсового проектирования (выполнения курсовых работ)"	учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор, экран настенный, компьютеры