

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

<b>1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций .....</b>	<b>3</b>
<b>2. Цели и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы .....</b>	<b>4</b>
<b>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 .....</b>	<b>4</b>
<b>4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....</b>	<b>4</b>
4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах).....	4
4.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам) .....	5
<b>5. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....</b>	<b>6</b>
<b>6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля) .....</b>	<b>7</b>
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
<b>7. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю) .....</b>	<b>9</b>

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

<b>Формируемая компетенция (с указанием кода)</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>	<b>Результаты обучения по дисциплине (модулю)</b>
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

	<b>организации территориального маркетинга</b>				
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
	<b>Итого</b>	<b>24</b>	<b>40</b>	<b>0</b>	<b>80</b>

#### 4.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)

Курс лекционных занятий

№	Наименование раздела / темы дисциплины	Содержание
<b>1</b>	<b>Теоретические основы организации территориального маркетинга</b>	
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
<b>1</b>	<b>Теоретические основы организации территориального маркетинга</b>	
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**

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование документа с указанием реквизитов</b>
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»)**

<b>№ п/п</b>	<b>Адрес (URL)</b>	<b>Описание страницы</b>
1	<a href="https://www.fin-izdat.ru/journal/region/?ysclid=lmqo9ko863131214993">https://www.fin-izdat.ru/journal/region/?ysclid=lmqo9ko863131214993</a>	<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
<p>"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.</p> <p>Учебная аудитория курсового проектирования (выполнения курсовых работ)"</p>	<p>учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор, экран настенный, компьютеры</p>