

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Дмитриев Николай Николаевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 29.02.2024 09:08:35
Уникальный программный ключ:
f7c6227919e4cdbfb4d7b682991f8553b37cafb

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Иркутский государственный аграрный университет имени А.А. Ежевского»**

Институт экономики, управления и прикладной информатики
Кафедра экономической безопасности и предпринимательства



Документ подписан простой электронной подписью

Организация, подписант
федеральное государственное бюджетное образо-
вательное учреждение высшего образования "Ир-
кутский государственный аграрный университет
им. А.А. Ежевского"

Пользователь
Барсукова М.Н.

Дата подписания
26.01.2024
Подпись верна

Рабочая программа дисциплины
" Маркетинг территорий "

Направление подготовки (специальность) 38.04.04 – Государственное и муниципальное управление.
Направленность (профиль) Государственное и муниципальное управление
(академическая магистратура)

Форма обучения: очная, заочная
1 Курс - 2 семестр/1 курс

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины – формирование компетенций обучающихся в области маркетинга территорий, изучение его специфики, тенденций и перспектив развития, обучение конкретным инструментам управления территориями для различных целевых аудиторий, формирование навыков использования полученных знаний для выполнения

Основные задачи освоения дисциплины:

- формирование представления о территории как объекте управления;
- формирование четкого представления о маркетинге как о концепции управления территориями;
- изучение технологий и методов маркетингового планирования и продвижения территорий;
- формирование умения использовать методы оценки информации, выявления проблем развития территории и выбора оптимальных вариантов их решения.

2. ВИДЫ ЗАДАЧ

- коммуникационный
- научно-исследовательский
- консультационный и информационно-аналитический
- политико-административный
- организационно-управленческий

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Маркетинг территорий» 38.04.04 Государственное и муниципальное управление (ФГОС3++); находится в части, формируемой участниками образовательных отношений Б1.В учебного плана по направлению магистратуры 38.04.04 Государственное и муниципальное управление. Дисциплина изучается в 2 семестре.

4. ТРЕБОВАНИЯ К УСЛОВИЯМ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ)

Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций:

Тип задач	Профессиональные компетенции	Индикаторы	Основание (ПС)
Организационно-управленческий	ПК-1. Способен осуществлять анализ, планирование, организацию и принятие решений в области государственного и муниципального управления на основе экономических знаний	ИДК -1 ПК- 1 Демонстрирует знание основ анализа, планирования, организации и принятия управленческих решений в области государственного и муниципального управления. ИДК-2. ПК-1 Принимает управленческие решения в области государственного и	ПК-1 (Справочник квалификационных требований к специальностям, направлениям подготовки, знаниям и умениям, которые необходимы для замещения должностей государственной гражданской службы

		муниципального управления, на основе экономических знаний	с учетом области и вида профессиональной служебной деятельности государственных гражданских служащих)
--	--	---	---

5. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение по дисциплине лиц, относящихся к категории инвалидов, и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

В случае возникновения необходимости обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья в Университете предусматривается создание специальных условий, включающих в себя использование специальных образовательных программ, методов воспитания, дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания Университета и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

При получении высшего образования обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются бесплатно учебная литература, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

С учетом особых потребностей обучающимся с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается предоставление учебных, лекционных материалов в электронном виде.

6. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е. - 108 часов

Очная форма обучения: Семестр – 2 семестр , вид отчетности – зачет

Вид учебной работы	Всего часов/ зачетных единиц	Семестры
		2
Общая трудоемкость дисциплины	108/3	108/3
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего)	28	28
В том числе:		
Лекционные занятия	14	14
Практические занятия	14	14
Самостоятельная работа	80	80
Зачет		

Заочная форма обучения: Курс – 1курс, вид отчетности – зачет.

Вид учебной работы	Всего часов/ зачетных единиц	Учебные курсы
		1
Общая трудоемкость дисциплины	108/3	108/3
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего)	16	16
В том числе:		
Лекционные занятия	8	8
Практические занятия	8	8
Самостоятельная работа	92	92
Зачет		

7. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества часов и видов учебных занятий.

7.1. Очная форма обучения:

№ п/ п	Раздел, тема, содержание дисциплины	Виды учебных занятий, включая самостоятельную и трудоемкость (в часах)				Формы текущей, промежуточной аттестации
		Лекции (Л)	Практ. (семинарские)	лаборат. работы (ЛР)	самост. работа (СРС)	
1	2	3	4	5	6	7
3 семестр						
1	Тема 1. Сущность маркетинга территорий. (Основные понятия в маркетинге территорий. Субъекты маркетинга территорий, их цели и интересы).	2	2		18	опрос
2	Тема 2. Организация маркетинга территории (страны, региона, города)	4	4		30	опрос
3	Тема 3. Оценка маркетинга территорий (Сегментация рынка в маркетинге территорий, Позиционирование и брендинг территории, Потребители ресурсов и общественных благ территории. факторы, формирующие поведение потребителей)	4	4		30	опрос
4	Тема 4. Стратегическое планирование маркетинга территорий (маркетинговые стратегии развития территорий, маркетинговая политика территорий и отраслевые аспекты территориального маркетинга)	4	4		30	опрос

	Итого за 2 семестр	14	14		108	зачёт
		108				

7.2. Заочная форма обучения:

№ п/п	Раздел, тема, содержание дисциплины	Виды учебных занятий, включая самостоятельную и трудоемкость (в часах)				Формы текущей, промежуточной аттестации
		Лекции (Л)	Практ. (семинарские)	лаборат. работы (ЛР)	самост. работа (СРС)	
1	2	3	4	5	6	7
2 курс						
1	Тема 1. Сущность маркетинга территорий. (Основные понятия в маркетинге территорий. Субъекты маркетинга территорий, их цели и интересы).	2	2		20	Выполнение контрольной работы Зачет
2	Тема 2. Организация маркетинга территории (страны, региона, города)	2	2		25	
3	Тема 3. Оценка маркетинга территорий (Сегментация рынка в маркетинге территорий, Позиционирование и брендинг территории, Потребители ресурсов и общественных благ территории. факторы, формирующие поведение потребителей)	2	2		25	
4	Тема 4. Стратегическое планирование маркетинга территорий (маркетинговые стратегии развития территорий, маркетинговая политика территорий и отраслевые аспекты территориального маркетинга)	2	2		22	
	ИТОГО за 1 курс	8	8		92	
108						

8. ФОРМЫ ТЕКУЩЕЙ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Тема 1. Сущность маркетинга территорий:

- опрос

Тема 2. Организация маркетинга территории (страны, региона, города):

- опрос

Тема 3. Оценка маркетинга территорий:

- опрос

Тема 4. Стратегическое планирование маркетинга территорий:

- опрос

Промежуточная аттестация - Зачет

9. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

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

9.1.1. Основная литература

1. Семилетова, Я. И. Маркетинг территорий : учебное пособие / Я. И. Семилетова. — Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2018. — 129 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/162892> (дата обращения: 30.01.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Сидоровская, Т. В. Маркетинг и брендинг северных территорий : учебное пособие / Т. В. Сидоровская. — Архангельск : САФУ, 2017. — 130 с. — ISBN 978-5-261-01273-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/161759> (дата обращения: 30.01.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

9.1.2. Дополнительная литература

1. Совершенствование системы управления в регионе и отраслях : монография / А. Я. Якобсон, М. В. Вихорева, Т. К. Кириллова [и др.] ; под общей редакцией А. Я. Якобсона. — Иркутск : ИрГУПС, 2023. — 128 с. — ISBN 978-5-98710-401-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/342158> (дата обращения: 30.01.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Касимова, Д. М. Маркетинг территорий : учебно-методическое пособие / Д. М. Касимова, Л. А. Шведов. — Москва : РУТ (МИИТ), 2018. — 35 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/173742> (дата обращения: 30.01.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Инновации в государственном и муниципальном управлении : учебное пособие / И. В. Новикова, С. В. Недвижай, И. П. Савченко [и др.]. — Ставрополь : СКФУ, 2016. — 284 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/155556> (дата обращения: 30.01.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

9.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины

Интернет – ресурсы:

1. Научная электронная библиотека –www.elibrary
2. Гарант Правовая <https://www.garant.ru/>
3. КонсультантПлюс Правовая <https://www.consultant.ru/>

9.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Наименование программного обеспечения	Договор №, дата, организация
Лицензионное программное обеспечение		
1	Microsoft Windows 7	Акт на передачу прав Н-0005792 от 08.06.2011 года
2	Microsoft Office 2010	Акт на передачу прав Н-0005792 от 08.06.2011 года
3	Kaspersky Business Space Security Russian Edition	Акт на передачу прав Н-0005792 от 08.06.2011 года
Свободно распространяемое программное обеспечение		
1	ЭПС «Система Гарант»	
2	Adobe Acrobat Reader	Свободно распространяемое ПО
3	Mozilla Firefox 83.x	Свободно распространяемое ПО
4	Opera 72.x	Свободно распространяемое ПО
5	Google Chrome 86.X (веб-браузер)	Свободно распространяемое ПО

10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий и др. объектов для проведения учебных занятий	Основное оборудование	Форма использования
1.	Учебная аудитория (ауд 227);	Специализированная мебель: комплект учебной мебели для преподавателя, комплект учебной мебели для обучающихся на 64 места, трибуна 1 шт., Технические средства обучения: Учебно-наглядные пособия. мультимедиа проектор Optoma X302 1шт., доска 3-х элементная меловая 1шт.,	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации
2.	учебная аудитория (ауд 318);	Специализированная мебель: комплект учебной мебели для преподавателя, комплект учебной мебели для обучающихся на 80 мест, трибуна 1 шт., Технические средства обучения: Учебно-наглядные пособия, 2 доски 3-х элементных меловых.	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа
3	кафедра экономической безопасности и предпринимательства (ауд 422);	Специализированная мебель: комплект учебной мебели для преподавателей, Трибуны настольные 2 . Технические средства обучения: Учебно-наглядные пособия, Монитор TFT 19" LG Мультимедиа проектор Optoma X302 ; Принтер лазерный A4 HP LJ-1015 (14 ppm, 1200x1200 dpi, 16 Mb, USB); Принтер/сканер/копир LaserJet M1005 ; Проектор Epson EB-W12 ; Системный блок BH-0015 iP2160 ; Системный блок Celeron D2,4 GHz /256Mb /80Gb /CD-RW ;	Аудитория для индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации; Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования
4.	Библиотека (ауд 123)	Специализированная мебель: Зал №1: столы - 46 шт., стулья - 79 шт. Зал №2: столы - 6 шт., стол угловой - 4 шт., стулья - 17 шт. Зал №3: стулья - 50 шт., столы - 28 шт. Технические средства обучения: компьютеры на базе процессора Intel объединенных в локальную сеть и имеющих доступ в "Интернет", доступ к БД, ЭБ, ЭК, КонсультантПлюс, ЭБС, ЭОИС. Зал №1: монитор Samsung - 21 шт., системный блок - 2 шт., системный	Библиотека, читальные залы. для проведения консультационных и самостоятельных занятий; занятий семинарского типа, индивидуальных консультаций, курсового проектирования (выполнения курсовых работ).

	<p>блок DNS - 1 шт., системный блок In Win - 18 шт., принтер HP Laser Jet P 2055 - 2 шт., сканер Epson v330 - 1 шт., ксерокс XEVOX - 1 шт. Зал №2: телевизор Samsung - 1 шт., монитор LG - 1 шт., системный блок In Win - 1 шт., сканер - 1 шт., проектор Optoma - 1 шт, экран - 1 шт. Зал №3: мониторы Samsung - 11 шт., мониторы LG - 2 шт., системный блок In Win - 12 шт., системный блок - 1 шт., принтер HP Laser Jet P2055.</p> <p>Список ПО на компьютере: Microsoft Windows 7, Microsoft Office 2010, LibreOffice 6.3.3, Adobe Acrobat Reader, Mozilla Firefox, Opera, Google Chrome."</p>	
--	---	--

Рейтинг-план дисциплины

1 курс, 2 семестр

Лекции –14 часов. Практические занятия – 14 часов. Зачет.

Текущие аттестации: опросы.

Распределение баллов по разделам (модулям) в 2 семестре

Раздел дисциплины	Максимальный балл	Сроки
Тема 1. Сущность маркетинга территорий. (Основные понятия в маркетинге территорий. Субъекты маркетинга территорий, их цели и интересы).	15	1 неделя
Тема 2. Организация маркетинга территории (страны, региона, города)	15	2,3 неделя
Тема 3. Оценка маркетинга территорий (Сегментация рынка в маркетинге территорий, Позиционирование и брендинг территории, Потребители ресурсов и общественных благ территории. факторы, формирующие поведение потребителей)	15	4,5 неделя
Тема 4. Стратегическое планирование маркетинга территорий (маркетинговые стратегии развития территорий, маркетинговая политика территорий и отраслевые аспекты территориального маркетинга)	15	6,7 неделя
ИТОГО	60	
Сумма баллов для допуска к экзамену	от 40	
Итоговый рейтинговый балл	от 0 до 100	

Распределение баллов по видам работ

Вид работы	Единица измерения	Премиальные баллы
Активность на семинарском занятии	семестр	0 - 5
Посещение занятий	семестр	0 - 10
Внеаудиторная самостоятельная работа	семестр	0 –10
Участие в конференциях	одно участие	0 - 15
Итого		до 40
Экзамен		20-40

Определение итоговой оценки по дисциплине

