

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Баламирзоев Назим Лиодинович
Должность: Ректор
Дата подписания: 07.02.2024 16:38:49
Уникальный программный ключ:
043f149fe29b39f38c91fa342d88c83cd0d6921f

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Дагестанский государственный технический университет»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Дисциплина Маркетинг территорий
наименование дисциплины по ОПОП

для направления 38.03.04 Государственное и муниципальное управление
код, и полное наименование направления

по профилю Муниципальное управление

факультет Филиал в г. Дербенте
наименование факультета, где ведется дисциплина

кафедра Естественнонаучных, гуманитарных, общепрофессиональных и специальных дисциплин
наименование кафедры, за которой закреплена дисциплина

Форма обучения очная, очно-заочная, заочная, курс 1 семестр (ы) 2
очная, очно-заочная, заочная

г. Дербент 2022

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) 38.03.04 – Государственное и муниципальное управление с учетом рекомендаций и ОПОП ВО по направлению 38.03.04 – Государственное и муниципальное управление с учетом рекомендаций и профилю Муниципальное управление.

Разработчик Атаева Б.М. ст. преподаватель

« 27 » 09 2022 г.

Зав. кафедрой, за которой закреплена дисциплина

Исмаилова Сабина Фейтулаховна, к.с.н., доцент

« 27 » 09 2022 г.

Программа одобрена на заседании выпускающей кафедры ЕГОиСД от 27.09.2022г. 2022 г., протокол № 1.

Зав. выпускающей кафедрой по данному направлению (специальности, профилю)

Исмаилова Сабина Фейтулаховна, к.с.н., доцент

«27» 09 2022г.

Программа одобрена на заседании Методической комиссии филиала ДГТУ в г. Дербенте от «27» 09 2022 г., протокол № 1.

Председатель Методической комиссии филиала

Аликберов Н.А. к.т.н., ст. преподаватель

« 28 » 09 2022 г.

СОГЛАСОВАНО:

Директор филиала И.М. Мейланов

подпись

ФИО

Начальник УО Э.В. Магомаева

подпись

ФИО

Проректор по УР Н.Л. Баламирзоев

подпись

1. цели и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Маркетинг территорий» является привитие будущим специалистам рыночного сознания, которое обеспечивается через освоение определенного теоретического материала и практических навыков. Сжатый комплекс маркетинговой концепции позволяет представить системное изложение основных положений и дефиниций, раскрывающих содержание маркетинга территорий; подготовить профессиональных специалистов-менеджеров, способных искусно применять маркетинговые инструменты для повышения привлекательности территории как места проживания и/или осуществления деятельности.

Задачи дисциплины:

- формирование представления о территории как объекте управления;
- формирование четкого представления о маркетинге как о концепции управления территорией;
- 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. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Маркетинг территорий» является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана направления 38.03.04 Государственное и муниципальное управление, профиль «Муниципальное управление».

Для освоения данной дисциплины необходимы знания и умения, приобретенные в результате изучения дисциплин «Микроэкономика», «Основы менеджмента».

Знания и навыки, полученные в рамках дисциплины «Маркетинг территорий», необходимы для обобщения знаний, полученных при изучении дисциплин, определяющих направленность программы бакалавриата, и направлены для последующего изучения профильных дисциплин. Результаты освоения дисциплины также могут быть использованы при выполнении бакалаврской работы и в профессиональной деятельности.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Наименование показателя оценивания (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)
УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях	УК-10.1 Знаком с основными документами, регламентирующими экономическую деятельность; источниками финансирования профессиональной деятельности; принципами планирования экономической деятельности УК-10.2 Способен обосновывать принятие экономических решений, использовать методы экономического планирования для достижения поставленных целей. УК-10.3. Обладает навыками применения экономических инструментов

4. Объем и содержание дисциплины (модуля)

Форма обучения	очная	очно-заочная	заочная
Общая трудоемкость по дисциплине (ЗЕТ/ в часах)	4/144	4/144	4/144
Семестр	2	2	6
Лекции, час	17	9	4
Практические занятия, час	34	17	9
Лабораторные занятия, час	-	-	-
Самостоятельная работа, час	57	82	122
Курсовой проект (работа), РГР, семестр	-	-	-
Зачет (при заочной форме 4 часа отводится на контроль)	-	-	-
Часы на экзамен (при очной, очно-заочной формах 1 ЗЕТ – 36 часов , при заочной форме 9 часов отводится на контроль)	Экзамен 1 ЗЕТ – 36 часов	Экзамен 1 ЗЕТ – 36 часов	Экзамен 9 часов на контроль

4.1.

Содержание дисциплины (модуля)

№ п/п	Раздел дисциплины, тема лекции и вопросы	Очная форма				Очно-заочная форма				Заочная форма			
		ЛК	ПЗ	ЛБ	СР	ЛК	ПЗ	ЛБ	СР	ЛК	ПЗ	ЛБ	СР
1	Лекция 1 Тема: «Введение в маркетинг территории». 1. Предмет и задачи учебной дисциплины «Маркетинг территории» 2. Маркетинг как научно-практическая дисциплина 3. История маркетинга	2	4		6		2		9				13
2	Лекция 2 Тема: «Теоретические основы и разновидности маркетинга территорий» 1. Маркетинг в территориальном управлении и его правовое обеспечение маркетинга 2. Некоммерческий (социальный) маркетинг 3. Маркетинг в государственном управлении и маркетинг территорий 4. Субъекты маркетинга территорий, их цели и интересы 5. Инструменты маркетинга территорий.	2	4		6	2	2		9		2		13
3	Лекция 3 Тема: «Технология выбора и разработки маркетинговых стратегий территории» 1. Виды стратегий маркетинга территорий 2. Маркетинг имиджа (образа) территории 3. Бренд территории 4. Стратегический маркетинг территорий. 5. Реклама и коммуникации – как обеспечивающая стратегия территориального маркетинга.	2	4		6		2		9				13
4	Лекция 4 Тема: «Стратегический маркетинг территорий» 1. Методы развития территорий 2. Стратегии улучшения территорий 3. Деловые стратегии территории.	2	4		6	2	2		9	2	2		13

5	Лекция 5 Тема: «Маркетинговая среда» 1. Потребители ресурсов и общественных благ территории. Факторы, определяющие поведение потребителей в территориальном маркетинге. 2. Конкуренция и конкурентоспособность территорий 3. Сущность и необходимость сегментации в территориальном маркетинге. 4. Процесс принятия решений о выборе территории как привлекательного места проживания и/или осуществления деятельности	2	4		6		2		9			14
6	Лекция 6 Тема: «Позиционирование и дифференцирование территории» 1. Позиционирование территории: сущность, принципы, задачи. 2. Оценка сложившегося образа территории и усилия субъектов территориального маркетинга по осуществлению эффективного позиционирования территории. 3. Дифференцирование территории: сущность, уровни дифференцирования (по отношению к другим территориям, и по отношению к разным группам потребителей).	2	4		6	2	2		9		2	14
7	Лекция 7 Тема: «Конкурентоспособность и конкурентные преимущества территории» 1. Конкурентоспособность территории. Конкурентный анализ. 2. Конкурентные преимущества территории. 3. Становление и развитие конкуренции между территориями.	2	4		7		2		9			14

8	Лекция 8 Тема: «Разработка деловых и функциональных стратегий развития территории» 1. Деловые стратегии в территориальном маркетинге. 2. Выбор деловых стратегий развития территории как один из этапов разработки стратегического плана развития территории. 3. Функциональные стратегии в территориальном маркетинге. 4. Инвестиционная стратегия территории. Критерии оценки инвестиционной привлекательности территории.	2	4		7	2	2		9		2		14
9	Лекция 9 Тема: «Внедрение маркетинга территории» 1. Основные принципы и этапы внедрения маркетинга территории. 2. Стратегическое маркетинговое планирование территории: основные этапы. 3. Маркетинговые исследования населенных пунктов. 4. Туризм как ключевой инструмент маркетинга территории. 5. Интернет-маркетинг как инструмент управления территорией.	1	2		7	1	1		10	2	1		14
Форма текущего контроля успеваемости (по срокам текущих аттестаций в семестре)		Входная конт. работа 1 аттестация 1-3 тема 2 аттестация 4-6 тема 3 аттестация 7-9 тема			Входная конт. работа 1 аттестация 1-3 тема 2 аттестация 4-6 тема 3 аттестация 7-9 тема			Входная конт. работа; Контрольная работа					
Форма промежуточной аттестации (по семестрам)		Экзамен (1 ЗЕТ – 36 ч)			Экзамен (1 ЗЕТ – 36 ч)			Экзамен 9 ч					
Итого		17	34		57	9	17		82	4	9		122

4.2.1 Содержание практических занятий

№ п/п	№ лекции из рабочей программы	Наименование лабораторного (практического, семинарского) занятия	Количество часов			Рекомендуемая литература и методические разработки (№ источника из списка литературы)
			Очно	Очно-заочно	Заочно	
1	2	3	4	5	6	7
1.	1	Введение в маркетинг территории	4	2		1-6
2.	2	Теоретические и методологические основы маркетинга территорий	4	2	2	1-6
3.	3	Стратегии территориального маркетинга	4	2		1-6
4.	4	Технология выбора и разработки маркетинговых стратегий территории	4	2	2	1-6
5.	5	Макросегментация и микросегментация в территориальном маркетинге. Поведение потребителей	4	2		1-6
6.	6	Позиционирование и дифференцирование территории	4	2	2	1-6
7.	7	Конкурентоспособность и конкурентные преимущества территории	4	2		1-6
8.	8	Разработка деловых и функциональных стратегий развития территории	4	2	2	1-6
9.	9	Внедрение маркетинга территории	2	1	1	1-6
ИТОГО			34	17	9	

4.3. Тематика для самостоятельной работы студента

№ п/п	Тематика по содержанию дисциплины, выделенная для самостоятельного изучения	Количество часов из содержания дисциплины			Рекомендуемая литература и источники информации	Формы контроля СРС
		Очно	Очно-заочно	Заочно		
1	2	3	4	5	6	7
1.	Отличительные признаки территориального маркетинга от классического маркетинга.	6	9	13	1-6	Реферат
2.	Виды концепций предпринимательской деятельности	6	9	13	1-6	Доклад
3.	Реклама и коммуникации – как обеспечивающая стратеги территориального маркетинга.	6	9	13	1-6	Доклад
4.	Составляющие имиджа территории. Определение методов формирования желаемого имиджа.	6	9	13	1-6	Доклад
5.	Классификация потребителей в территориальном маркетинге.	6	9	14	1-6	Реферат
6.	Критерии оценки инвестиционной привлекательности территории.	6	9	14	1-6	Доклад
7.	Стратегическое маркетинговое планирование территории: основные этапы.	7	9	14	1-6	Реферат
8.	Туризм как ключевой инструмент маркетинга территории.	7	9	14	1-6	Доклад
9.	Интернет-маркетинг как инструмент управления территорией	7	10	14	1-6	Реферат
ИТОГО		57	82	122		

5. Образовательные технологии

В рамках курса «Маркетинг территорий» уделяется особое внимание установлению межпредметных связей, демонстрации возможности применения полученных знаний в практической деятельности.

В лекционных занятиях используются следующие инновационные методы:

- **групповая форма обучения** - форма обучения, позволяющая обучающимся эффективно взаимодействовать в микрогруппах при формировании и закреплении знаний;
- **компетентностный подход к оценке знаний** - это подход, акцентирующий внимание на результатах образования, причем в качестве результата рассматривается не сумма усвоенной информации, а способность человека действовать в различных проблемных ситуациях;
- **лично-ориентированное обучение**- это такое обучение, где во главу угла ставится личность обучаемого, ее самобытность, самооценку, субъективный опыт каждого сначала раскрывается, а затем согласовывается с содержанием образования;
- **междисциплинарный подход**- подход к обучению, позволяющий научить студентов самостоятельно «добывать» знания из разных областей, группировать их и концентрировать в контексте конкретной решаемой задачи;
- **развивающее обучение**- ориентация учебного процесса на потенциальные возможности человека и их реализацию. В концепции развивающего обучения учащийся рассматривается не как объект обучающих воздействий учителя, а как самоизменяющийся субъект учения.

В процессе выполнения практических занятий используются следующие методы:

- **исследовательский метод обучения** – метод обучения, обеспечивающий возможность организации поисковой деятельности обучаемых по решению новых для них проблем, процессе которой осуществляется овладение обучаемыми методами научными познания и развитие творческой деятельности;
- **метод рейтинга** - определение оценки деятельности личности или события. В последние годы начинает использоваться как метод контроля и оценки в учебно- воспитательном процессе;
- **проблемно-ориентированный подход**- подход, к обучению позволяющий сфокусировать внимание студентов на анализе и разрешении, какой-либо конкретной проблемной ситуации, что становится отправной точкой в процессе обучения.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивной форме, составляет не менее 20% аудиторных занятий (10,2 ч.).

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Фонд оценочных средств является обязательным разделом РПД (разрабатывается как приложение А к рабочей программе дисциплины).

**7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
Рекомендуемая литература и источники информации (основная и дополнительная)**

Зав. библиотекой _____ (Алиева Ж.А.)

подпись

ФИО

№ п/п	Виды занятий	Необходимая учебная, учебно-методическая (основная и дополнительная) литература, программное обеспечение и Интернет ресурсы	Количество изданий	
			В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5
ОСНОВНАЯ				
1.	ЛК, ПЗ, СРС	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	
2.	ЛК, ПЗ, СРС	Касымова, Д. М. Маркетинг территорий : учебно-методическое пособие / Д. М. Касымова, Л. А. Шведов. — Москва : РУТ (МИИТ), 2018. — 35 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система	URL: https://e.lanbook.com/book/173742	
3.	ЛК, ПЗ, СРС	Сидорова, С. А. Маркетинг: учебно-методическое пособие / С. А. Сидорова. — Самара: СамГУПС, 2020. — 96 с. — ISBN 978-5-6044457-2-3. — Текст : электронный // Лань: электронно-библиотечная система	URL: https://e.lanbook.com/book/161309	
ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ				
4.	ЛК, ПЗ, СРС	Позднякова, Ж. С. Маркетинг территорий : учебное пособие / Ж. С. Позднякова, Л. В. Алферова. — 2-е изд. — Челябинск, Саратов : Южно-Уральский институт управления и экономики, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 235 с. — ISBN 978-5-4486-0675-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS	URL: https://www.iprbookshop.ru/81483.htm ↓	
5.	ЛК, ПЗ, СРС	Чечулин, А. В. Маркетинг территорий. Как города и страны привлекают туристов, новых жителей и бизнес / А. В. Чечулин. — Санкт-Петербург : КАРО, 2021. — 144 с. — ISBN 978-5-9925-1507-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS	URL: https://www.iprbookshop.ru/109684.html	
6.	ЛК, ПЗ, СРС	Гареев, Т. Р. Основы международного маркетинга: учебное пособие / Т. Р. Гареев. — Калининград: Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта, 2009. — 244 с. — ISBN 978-5-88874-902-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS	URL: https://www.iprbookshop.ru/3165.html	

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Материально-техническое обеспечение включает в себя:

- библиотечный фонд (учебная, учебно-методическая, справочная, научная и деловая периодика);
- компьютеризированные рабочие места для обучаемых с доступом в сеть Интернет;
- аудитории, оборудованные проекционной техникой.

В ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный технический университет» имеются аудитории, оборудованные интерактивными, мультимедийными досками, проекторами, что позволяет читать лекции в формате презентаций, разработанных с помощью пакета прикладных программ MS PowerPoint, использовать наглядные, иллюстрированные материалы, обширную информацию в табличной и графической формах, а также электронные ресурсы сети Интернет.

В филиале ДГТУ в г.Дербенте функционируют 4 компьютерных класса, предназначенных для проведения практических и лабораторных занятий. Компьютерные классы оснащены всем необходимым для проведения занятий оборудованием.

Специальные условия инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)

Специальные условия обучения и направления работы с инвалидами и лицами с ОВЗ определены на основании:

- Федерального закона от 29.12.2012 №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федерального закона от 24.11.1995 № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации»;
- приказа Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;
- методических рекомендаций по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса, утвержденных Минобрнауки России 08.04.2014 № АК-44/05вн).

Под специальными условиями для получения образования обучающихся с ОВЗ понимаются условия обучения, воспитания и развития, включающие в себя использование при необходимости адаптированных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего необходимую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания ДГТУ и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение ОПОП обучающихся с ОВЗ.

Обучение в рамках учебной дисциплины обучающихся с ОВЗ осуществляется ДГТУ с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Обучение по учебной дисциплине обучающихся с ОВЗ может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах.

В целях доступности обучения по дисциплине обеспечивается:

- 1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:
 - наличие альтернативной версии официального сайта ДГТУ в сети «Интернет» для слабовидящих;
 - весь необходимый для изучения материал, согласно учебному плану (в том числе, для обучающихся по индивидуальным учебным планам) предоставляется в электронном виде на

диске.

- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;
- обеспечение возможности выпуска альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);
- обеспечение доступа обучающегося, являющегося слепым и использующего собаку-проводника, к зданию ДГТУ.

2) для лиц с ОВЗ по слуху:

- наличие микрофонов и звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования (аудиоколонки);

3) для лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, материально-технические условия должны обеспечивать возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения организации, а также пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и других приспособлений).

Перед началом обучения могут проводиться консультативные занятия, позволяющие студентам с ОВЗ адаптироваться к учебному процессу.

В процессе ведения учебной дисциплины научно-педагогическим работникам рекомендуется использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социокультурной реабилитации с целью оказания помощи обучающимся с ОВЗ в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создании комфортного психологического климата в учебной группе.

Особенности проведения текущей и промежуточной аттестации по дисциплине для обучающихся с ОВЗ устанавливаются с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и др.). При необходимости предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене

9. Лист изменений и дополнений к рабочей программе

Дополнения и изменения в рабочей программе на 20___/20___учебный год.

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

1.;
2.;
3.;
4.;
5.

или делается отметка о нецелесообразности внесения каких-либо изменений или дополнений на данный учебный год.

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры ЕГОиСД от «_____» _____20___года, протокол №_____.

Зав. кафедрой ЕГОиСД

_____ Исмаилова С.Ф., к.с.н., доцент.
(подпись, дата) (ФИО, уч. степень, уч. звание)

Согласовано:

Директор

(подпись, дата) (ФИО, уч. степень, уч. звание)

Председатель МС филиала

(подпись, дата) (ФИО, уч. степень, уч. звание)

8.