

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет управления и психологии

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор
Хагуров Т.А.
подпись «27» апреля 2018г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.06 «Современные концепции маркетинга города»
(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность

38.04.04 Государственное и муниципальное управление

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) / специализация

Экономика и управление развитием города

(наименование направленности (профиля) специализации)

Программа подготовки академическая

(академическая /прикладная)

Форма обучения заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника магистр

(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2018

Рабочая программа дисциплины «Современные концепции маркетинга города» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление

Программу составил(и):

Т.А. Мясникова, д-р эконом.н., зав.кафедрой, доцент

И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание



подпись

Рабочая программа дисциплины «Современные концепции маркетинга города» утверждена на заседании кафедры государственного и муниципального управления

протокол № 18 «10» апреля 2018г.

Заведующий кафедрой государственного

и муниципального управления

Мясникова Т.А.

фамилия, инициалы



подпись

Рабочая программа дисциплины обсуждена на заседании кафедры государственного и муниципального управления

протокол № 18 «10» апреля 2018г.

Заведующий кафедрой государственного

и муниципального управления

Мясникова Т.А.

фамилия, инициалы



подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета управления и психологии

протокол № 12 «19» апреля 2018г.

Председатель УМК факультета

Шлюбуль Е.Ю..

фамилия, инициалы



подпись

Рецензенты:

1. Анкудинов А.И., начальник отдела государственной гражданской службы и кадров Управления Федерального казначейства по Краснодарскому краю
2. Крылова Е.М., к.э.н., доцент кафедры организации и планирования местного развития ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля).

1.1 Цель освоения дисциплины.

Цель дисциплины – формирование системных знаний в области территориального маркетинга, умений и навыков использования инструментов экономической политики в области маркетинга города.

1.2 Задачи дисциплины.

- формирование системных знаний теории экономической политики и способов ее применения в области территориального маркетинга;
- ознакомление с лучшими российскими и зарубежными практиками территориального маркетинга;
- формирование умений осуществлять выбор и использование инструментов экономической политики в области маркетинга города;
- формирование навыков использования полного набора инструментов экономической политики в области маркетинга города.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Современные концепции маркетинга города» (Б1.В.06) относится к дисциплинам вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана ООП «Экономика и управление развитием города» (магистратура).

Дисциплина «Современные концепции маркетинга города» базируется на современных экономических и социальных теориях функционирования производства в условиях рынка, а также на всём комплексе полученных студентами базовых знаниях по экономике и учитывает существующую правовую, законодательную и нормативно-техническую систему России, регулирующую отношения в сфере управления производством и сбытом продукции и услуг. В соединении с экономикой на макро- и микро уровнях, финансами, финансовым менеджментом и другими учебными дисциплинами данный курс формирует не только обобщённые взгляды на территориальный маркетинг, как в России, так и в экономически развитых странах мира, но и ряд специфических профессиональных умений и навыков.

Для успешного изучения курса студент должен обладать знаниями по дисциплинам «Кубанская школа развития местных сообществ: вопросы методологии», «Современные проблемы городского развития», «Экономика общественного сектора».

В дальнейшем знания, полученные в ходе изучения дисциплины, могут быть использованы при изучении дисциплин: «Управление развитием городов-сателлитов», «Развитие городских агломераций», «Управление Будущим города (стратегирование)», а также при более глубоком изучении различных аспектов муниципальной экономики и управления при обучении в аспирантуре.

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся профессиональной компетенции ПК-9

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ПК-9	владение навыками использования	теорию политики	осуществлять выбор и	навыками использования

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		инструментов экономической политики	территориального маркетинга и способы ее применения	использование инструментов политики маркетинга города	полного набора инструментов территориального маркетинга

2. Структура и содержание дисциплины.

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зач.ед. (72 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице
(для студентов ЗФО).

Вид учебной работы		Всего часов	Курс (часы)			
			2			
Контактная работа, в том числе:						
Аудиторные занятия (всего)		10	10	-	-	-
Занятия лекционного типа		4	4	-	-	-
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)		6	6	-	-	-
Лабораторные занятия		нет	нет	-	-	-
Иная контактная работа:						
Контроль самостоятельной работы (КСР)		нет	нет	-	-	-
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2	0,2	-	-	-
Самостоятельная работа (всего)		58	58	-	-	-
Подготовка к проблемным семинарам		16	16	-	-	-
Подготовка устного доклада		8	8	-	-	-
Подготовка практического задания		20	20	-	-	-
Подготовка к деловой игре		4	4			
Самоподготовка		8	8			
КСР		нет	нет			
Подготовка к текущему контролю		2	2	-	-	-
Контроль:						
Подготовка к зачету		3,8	3,8	-	-	-
Общая трудоёмкость	час.	72	72			
	в том числе контактная работа	10,2	10,2			
	зач. ед	2	2			

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоёмкости по разделам (темам) дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые на 2 курсе (*заочная форма*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов
---	-----------------------------	------------------

		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1	Концептуальные основы территориального маркетинга	22	2	2		10
2	Современные инструменты территориального маркетинга					8
3	Российский и зарубежный опыт территориального маркетинга	24	2	2		10
4	Экономическая политика и способы ее применения в маркетинге города					10
5	Технология проведения маркетинговых исследований	22	-	2		10
6	Выбор и использование инструментов экономической политики в области управления имиджем территории					10
	Подготовка, сдача зачета	4				
	<i>Итого по дисциплине:</i>	72	4	6	0	58

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа.

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Концептуальные основы территориального маркетинга	Основные понятия маркетинга территории. Субъекты территориального маркетинга. Современные концепции территориального маркетинга	Экспресс-опрос
2.	Современные инструменты территориального маркетинга	Комплекс территориального маркетинга. Продвижение и позиционирование территории. Интернет-маркетинг. Стратегии территориального маркетинга	Экспресс-опрос
3.	Российский и зарубежный опыт территориального маркетинга	Опыт территориального маркетинга стран западной Европы. Опыт территориального маркетинга США. Опыт маркетинга российских городов-стратегов Опыт маркетинга муниципальных образований Краснодарского края.	Экспресс-опрос
4.	Экономическая политика и способы ее применения в маркетинге города	Государственная и муниципальная политика маркетинга города. Общая логика разработки стратегии маркетинга города. Шаги по разработке стратегии маркетинга города.	Экспресс-опрос

	Служба территориального маркетинга.	
--	-------------------------------------	--

2.3.2 Занятия семинарского типа.

№	Наименование раздела (темы)	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Концептуальные основы территориального маркетинга	Основные понятия маркетинга территории. Субъекты территориального маркетинга. Современные концепции территориального маркетинга	Устный доклад по предлагаемой тематике
2.	Современные инструменты территориального маркетинга	Комплекс территориального маркетинга. Продвижение и позиционирование территории. Интернет-маркетинг. Стратегии территориального маркетинга	Устный доклад по предлагаемой тематике
3.	Российский и зарубежный опыт территориального маркетинга	Опыт территориального маркетинга стран западной Европы. Опыт территориального маркетинга США. Опыт маркетинга российских городов-стратегов Опыт маркетинга муниципальных образований Краснодарского края.	Проблемный семинар «Возможности использования зарубежного опыта территориального маркетинга»
4.	Экономическая политика и способы ее применения в маркетинге города	Государственная и муниципальная политика маркетинга города. Общая логика разработки стратегии маркетинга города. Шаги по разработке стратегии маркетинга города. Служба территориального маркетинга.	Проблемный семинар «Шаги по разработке стратегии»
5.	Технология проведения маркетинговых исследований	Методы проведения маркетинговых исследований. План проведения маркетингового исследования. Оформление отчета	Проблемный семинар «Организация маркетинговых исследований в территориальном маркетинге»
6.	Выбор и использование инструментов экономической политики в области управления имиджем территории	Имидж и бренд территории. Инструменты экономической политики в области маркетинга города. Алгоритм выбора инструментов маркетинга города. Инструменты управления имиджем города.	Практическое задание. Степень участия в проектно-деятельностной деловой игре и соответствие заданным критериям игровой деятельности.

2.3.3 Лабораторные занятия – не предусмотрены

2.3.4 Курсовые работы – не предусмотрены

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
	Самостоятельное составление учебного конспекта темы (раздела) и написание конспекта на лекционном занятии	Методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы студентов для бакалавров направления подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление» и магистров направления подготовки 38.04.04 «Государственное и муниципальное управление»
	Подготовка к участию в проблемном семинаре	
	Подготовка к коллоквиуму, опросу и экспресс-опросу	
	Подготовка устного доклада	
	Подготовка к участию в деловой игре	
	Выполнение практического задания	

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии.

В преподавании курса используются современные образовательные технологии:

- мультимедийные лекции с элементами дискуссии;
- лекции-дискуссии;
- информационно-коммуникативные технологии;
- игровые технологии;
- исследовательские методы в обучении;
- проблемное обучение.

В учебном процессе используются активные и интерактивные формы проведения занятий.

На лекциях излагаются основные теоретические положения и концепции курса, дающие студентам информацию, соответствующую программе.

Задача семинарских занятий – развитие у студентов навыков по применению теоретических положений к решению практических проблем. С этой целью разработаны

задания для выполнения на семинарах. Они состоят из и упражнений, ориентированных на усвоение теоретического материала и умения его использовать для решения практических задач.

На семинаре отводится время для дискуссии, в которой участвуют докладчик, подготовивший сообщение по какой-либо практической проблеме, его оппоненты (1 или 2 человека), подготовившие контраргументы, и другие студенты группы.

Еще одна форма организации работы студентов – подготовка устных докладов, которые представляет собой небольшое исследование по заданной теме.

Для ответов на индивидуальные вопросы, а также для помощи в подготовке докладов и индивидуальных заданий предусмотрены индивидуальные консультации преподавателя.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

Занятия, проводимые с использованием интерактивных технологий

Курс	Вид занятия (Л, ПЗ, ЛР)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов
6	Л	Мультимедиа-лекция с элементами дискуссии, лекция с элементами дискуссии	2
	ПЗ	Проблемный семинар, презентация практического задания, деловая игра	2
Итого:			4

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля.

Вопросы для проведения экспресс-опроса на лекциях

№	Тема	Вопросы	Перечень части компетенции, проверяемых оценочным средством
1	Концептуальные основы территориального маркетинга	Основные понятия маркетинга территории. Субъекты территориального маркетинга. Современные концепции территориального маркетинга	ПК-9 - Знает основы теории экономической политики.
2	Современные инструменты территориального маркетинга	Комплекс территориального маркетинга. Продвижение и позиционирование территории. Интернет-маркетинг. Стратегии территориального маркетинга	

Критерии оценки:

Отметкой «ОТЛИЧНО» оценивается ответ, который показывает глубокие знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается полнотой раскрытия темы, владение терминологическим аппаратом, умение объяснять сущность явлений,

процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры, свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа.

Отметкой «ХОРОШО» оценивается ответ, обнаруживающий необходимые знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом, умение объяснять сущность явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры, свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; студентом допускается одна-две неточности в ответе.

Отметкой «УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, нелогичностью и непоследовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа.

Отметкой «НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» оценивается ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности; студентом допускаются существенные ошибки в содержании ответа.

Примерная тематика устных докладов по теме 1 «Концептуальные основы территориального маркетинга»

1. Понятия «рынок», «потребитель», «товар» в контексте территориального маркетинга
2. Эволюция концепций территориального маркетинга
3. Особенности территориального маркетинга в методологии Кубанской школы развития местных сообществ
4. Эффекты территориального маркетинга
5. Процесс принятия решения в территориальном маркетинге: основные роли
6. Имидж и бренд территории: соотношение понятий

Перечень части компетенции, проверяемых оценочным средством:

ПК-9 - Знает основы теории экономической политики. Умеет осуществлять выбор основных инструментов экономической политики.

Критерии оценки:

Оценка «ОТЛИЧНО» выставляется за устный доклад, если выбрана актуальная тема исследования, его содержание полностью соответствует выбранной теме, доклад четко структурирован, приведен обзор позиций многих исследователей и научных школ, доклад содержит фактологический материал и актуальные количественные данные, доклад содержит корректные выводы, сделанные студентом самостоятельно, доклад представлен на публичном выступлении и студент-докладчик ответил на все заданные слушателями вопросы.

Оценка «ХОРОШО» выставляется за устный доклад, если выбрана актуальная тема исследования, его содержание в целом соответствует выбранной теме, доклад относительно четко структурирован, приведен обзор позиций нескольких исследователей и научных школ, доклад содержит достаточный фактологический материал и в целом актуальные количественные данные, доклад содержит корректные выводы, сделанные студентом в целом относительно самостоятельно, доклад представлен на публичном выступлении и студент-докладчик ответил на большинство из заданных слушателями вопросов.

Оценка «УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» выставляется за устный доклад, если выбрана неактуальная тема исследования, его содержание частично соответствует выбранной теме, доклад слабо структурирован, приведен обзор позиций одного-двух исследователей и научных школ, доклад содержит минимальный фактологический материал и неактуальные количественные данные, доклад содержит корректные выводы, которые студент частично или полностью заимствовал у других авторов, доклад представлен на публичном выступлении и студент-докладчик не ответил на большинство из заданных слушателями вопросов.

Вопросы для подготовки к проблемному семинару «Возможности использования зарубежного опыта территориального маркетинга» по теме 3 «Российский и зарубежный опыт территориального маркетинга»

1. Какие элементы зарубежного опыта можно внедрить в России?
2. Какие есть ограничения внедрения зарубежного опыта?
3. Что необходимо предпринять для внедрения зарубежного опыта?

Задание: используя основную и дополнительную литературу, интернет-ресурсы, периодические издания составьте собственное мнение по предлагаемым вопросам.

Перечень части компетенции, проверяемых оценочным средством:

ПК-9 - Знает теорию экономической политики. Умеет осуществлять выбор инструментов экономической политики

Критерии оценки:

Оценка «ОТЛИЧНО» выставляется за участие в проблемном семинаре, если студент представил содержательное, структурированное и краткое сообщение по научной или прикладной проблеме (если его участие предполагало наличие доклада или сообщения перед группой), принял активное участие в обсуждении предложенной проблемы, продемонстрировал владение достаточным теоретическим материалом, наличие собственной позиции, умение делать обоснованные выводы, а также высокую активность в разработке механизмов решения научной или прикладной проблемы.

Оценка «ХОРОШО» выставляется за участие в проблемном семинаре, если студент представил в целом содержательное, достаточно структурированное и краткое сообщение по научной или прикладной проблеме (если его участие предполагало наличие доклада или сообщения перед группой), принял участие в обсуждении предложенной проблемы, продемонстрировал владение необходимым теоретическим материалом, наличие собственной позиции, умение делать обоснованные выводы, а также определенную активность в разработке механизмов решения научной или прикладной проблемы.

Оценка «УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» выставляется за участие в проблемном семинаре, если студент представил малосодержательное, неструктурированное сообщение по научной или прикладной проблеме (если его участие предполагало наличие доклада или сообщения перед группой), проявил низкую активность в обсуждении предложенной проблемы, продемонстрировал слабое владение теоретическим материалом, а также низкую активность в разработке механизмов решения научной или прикладной проблемы.

Практическое задание «Идеальный имидж города Краснодара» по теме 6 «Выбор и использование инструментов экономической политики в области управления имиджем территории»

Практическое задание «Идеальный имидж города Краснодара» дает возможность продемонстрировать студенту уровень освоения теоретического материала, владение фактическим материалом. В основе аналитических процедур заложен метод анализа имиджа территории.

1. Проведите анализ существующего имиджа города Краснодара.
2. Опишите идеальную модель имиджа Краснодара.

3. Сформулируйте рекомендации по продвижению к идеальной модели имиджа (бренда) города Краснодара.

ПК-9 - Умеет осуществлять выбор и использование инструментов экономической политики. Владеет навыками использования полного набора инструментов экономической политики.

Критерии оценки:

Оценка «ОТЛИЧНО» выставляется, если студент при выполнении практического задания полностью раскрыл содержание основных вопросов темы, продемонстрировал логичность и обоснованность выводов, наличие самостоятельных суждений, использовал научный стиль при написании выводов и рекомендаций по представленной проблеме, продемонстрировал творческий подход и высокую самостоятельность при выполнении практического задания, оформил работу в полном соответствии с установленными требованиями, предоставил выполненную работу в рекомендованный срок.

Оценка «ХОРОШО» выставляется, если студент при выполнении практического задания в целом раскрыл содержание основных вопросов темы, продемонстрировал логичность и обоснованность выводов, наличие самостоятельных суждений, использовал в целом научный стиль при написании выводов и рекомендаций по представленной проблеме, продемонстрировал самостоятельность при выполнении практического задания, оформил работу в целом в соответствии с установленными требованиями, предоставил выполненную работу в рекомендованный срок.

Оценка «УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» выставляется, если студент при выполнении практического задания частично раскрыл содержание основных вопросов темы, не обосновал сделанные выводы, использовал ненаучный стиль при написании выводов и рекомендаций по представленной проблеме, продемонстрировал определенную несамостоятельность при выполнении задания, оформил практическое задание с нарушениями установленных требований, предоставил выполненную работу с нарушением рекомендованных сроков.

Деловая игра «Идеальный имидж города Краснодара» по теме 6 «Выбор и использование инструментов экономической политики в области управления имиджем территории»

Цель игры: апробация полученных знаний, умений и навыков в рамках учебного курса в рамках деловой игры.

Технология проведения деловой игры:

1. Подготовка – написание итогового письменного задания.
2. Разбивка на 3 подгруппы: органы МСУ, население (НКО), предприниматели.
3. Работа в подгруппах: уточнение модели идеального имиджа города Краснодара и разработка рекомендаций по продвижению к идеальной модели.
4. Презентация работы подгрупп.
5. Заключительная дискуссия.

Перечень части компетенции, проверяемых оценочным средством:

ПК-9 - Умеет осуществлять выбор и использование инструментов экономической политики. Владеет навыками использования полного набора инструментов экономической политики.

Критерии оценки:

Оценка «ОТЛИЧНО» выставляется, если студент демонстрирует понимание и усвоение материала высокой степени сложности; умение работать в команде, навыки наблюдения и принятия решений; способности контактировать и слушать других, ораторские навыки, лидерские качества; продуктивное мышление, наблюдательность, творческие способности, умение доказывать и отстаивать свою точку зрения, организаторские способности.

Оценка «ХОРОШО» выставляется, если студент демонстрирует понимание и усвоение материала средней степени сложности; умение работать в команде, навыки наблюдения и принятия решения, способности контактировать и слушать других, ораторские навыки, лидерские качества; продуктивное мышление, творческие способности, умение доказывать и отстаивать свою точку зрения.

Оценка «УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» выставляется, если студент демонстрирует низкую степень понимания основных понятий и теоретических положений, слабо включается в работу команды, демонстрирует безынициативность, низкие ораторские навыки и невысокие организаторские способности, пытается отстаивать свою точку зрения.

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.

Примерные вопросы для подготовки к зачету

1. Основные понятия маркетинга территории
2. Цели и задачи маркетинга территории
3. Субъекты территориального маркетинга
4. Современные концепции маркетинга
5. Современные концепции территориального маркетинга
6. Комплекс территориального маркетинга
7. Территориальный продукт
8. Продвижение и позиционирование территории
9. Интернет в территориальном маркетинге
10. Стратегии территориального маркетинга: маркетинг имиджа
11. Стратегии территориального маркетинга: маркетинг привлекательности
12. Стратегии территориального маркетинга: маркетинг инфраструктуры
13. Стратегии территориального маркетинга: маркетинг персонала
14. Опыт территориального маркетинга стран западной Европы
15. Опыт территориального маркетинга США
16. Опыт маркетинга российских городов-стратегов
17. Опыт маркетинга муниципальных образований Краснодарского края
18. Государственная и муниципальная политика маркетинга города.
19. Общая логика разработки стратегии маркетинга города.
20. Шаги по разработке стратегии маркетинга города.
21. Служба территориального маркетинга
22. Методы проведения маркетинговых исследований
23. План проведения маркетингового исследования
24. Оформление отчета маркетингового исследования в территориальном маркетинге
25. Понятие имидж и бренда территории
26. Инструменты экономической политики в области маркетинга города.
27. Алгоритм выбора инструментов маркетинга города.
28. Инструменты управления имиджем города.

Результаты освоения дисциплины:

Зачет или дифференцированный зачет по дисциплине основывается на результатах выполнения индивидуальных заданий студента по данной дисциплине (лабораторные работы, практические занятия, контрольные работы и т.п.).

Выставление оценок на зачете(зачтено/незачтено) осуществляется на основе принципов объективности, справедливости, всестороннего анализа уровня знаний студентов.

При выставлении оценки учитывается:

- 1 знание фактического материала по программе, в том числе; знание обязательной литературы, современных публикаций по программе курса, а также истории науки;
- 2 степень активности студента на семинарских занятиях;
- 3 логику, структуру, стиль ответа; культуру речи, манеру общения; готовность к дискуссии, аргументированность ответа; уровень самостоятельного мышления; умение приложить теорию к практике, решить задачи;
- 4 наличие пропусков семинарских и лекционных занятий по неуважительным причинам.

Оценка «зачтено» ставится на зачете студентам, уровень знаний которых соответствует требованиям, установленным в п. п. характеризующих оценки от «5» до «3» баллов настоящих рекомендаций.

Оценка «отлично».

Оценка «отлично» ставится студенту, ответ которого содержит:

- глубокое знание программного материала, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой;
- знание концептуально-понятийного аппарата всего курса;
- знание монографической литературы по курсу, а также свидетельствует о способности:
 - самостоятельно критически оценивать основные положения курса;
 - увязывать теорию с практикой.

Оценка «отлично» не ставится в случаях систематических пропусков студентом семинарских и лекционных занятий по неуважительным причинам, отсутствия активного участия на семинарских занятиях, а также неправильных ответов на дополнительные вопросы преподавателя.

Оценка «хорошо».

Оценка «хорошо» ставится студенту, ответ которого свидетельствует:

- о полном знании материала по программе;
- о знании рекомендованной литературы, а также содержит в целом правильное, но не всегда точное и аргументированное изложение материала.

Оценка «хорошо» не ставится в случаях пропусков студентом семинарских и лекционных занятий по неуважительным причинам.

Оценка «удовлетворительно» ставится студенту, ответ которого содержит: поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии курса; стремление логически четко построить ответ, а также свидетельствует о возможности последующего обучения.

Оценки «неудовлетворительно» и «не зачтено».

Оценки «неудовлетворительно» и «не зачтено» ставятся студенту, имеющему существенные пробелы в знании основного материала по программе, а также допустившему принципиальные ошибки при изложении материала.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

- при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;
- при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).

5.1 Основная литература:

1. Арженовский И. В. Маркетинг регионов: учебное пособие. М.: Юнити-Дана, 2015, 135 с. (Режим доступа: biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=114711)

5.2 Дополнительная литература:

1. Связи с общественностью : стратегическое управление коммуникациями: учебное пособие/Под ред. Л.С. Сальникова. Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2017, - 445 с. (Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=480378)

2. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. А. Пашкус [и др.]. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 225 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00742-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/74048CED-A0D0-47B5-A150-A02C2AE8E9BD

5.3. Периодические издания

Базы данных компании «Ист Вью» <http://dlib.eastview.com/>;

Издания по общественным и гуманитарным наукам - доступ к ведущим российским периодическим публикациям по гуманитарным наукам - журналам институтов Российской Академии наук, охватывающим области от археологии до лингвистики, «толстым журналам» и независимым научным журналам. Полные тексты исследований и художественных произведений воспроизводятся с нумерацией страниц оригинала, облегчающей библиографические ссылки на источники.

- Статистические издания России и стран СНГ - издания, выпускаемые Федеральной службой государственной статистики Российской Федерации и Межгосударственным статистическим комитетом СНГ, начиная с 1996 г. В базе данных также находятся все материалы Всероссийской переписи населения 2002 г. (14 томов), представленные как на русском, так и на английском языках.

- Журналы по экономике и финансам.
- Журналы России по экономике и предпринимательству - журналы по управлению предприятием, финансовой аналитике, маркетингу и др.
- Вестник Московского государственного университета (все серии).

- Вестник Санкт-Петербургского государственного университета.
- Индивидуальные издания - более 80 журналов по различным отраслям знаний

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, необходимые для освоения дисциплины (модуля).

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru>)
2. Портал открытых данных Российской Федерации <https://data.gov.ru>
3. База открытых данных Министерства труда и социальной защиты РФ <https://rosmintrud.ru/opendata>
4. База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU <https://elibrary.ru/>
5. Базы данных и аналитические публикации «Университетская информационная система РОССИЯ» <https://uisrussia.msu.ru/>

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).

Методические рекомендации по написанию конспекта на лекционном занятии

Рекомендации студенту по написанию конспекта на лекционном занятии:

- необходимо полностью прослушать небольшой информационный блок из одного или нескольких предложений, которые рассказывает преподаватель в рамках темы;
- необходимо сократить его, оставив наиболее существенные элементы, не записывая вводные слова и избыточные пояснения;
- рекомендуется обязательно использовать перечень сокращений по данной дисциплине;
- необходимо отмечать в конспекте наиболее сложные для понимания моменты, на которые, в том числе, указывает и преподаватель;
- по окончании лекции рекомендуется задать уточняющие вопросы преподавателю и получить разъяснения по положениям пройденной лекции, которые вызывают непонимание или сомнения;
- с целью доработки текста необходимо в период пауз на лекции или после лекции восстановить текст в памяти, исправить ошибки, расшифровать не принятые ранее сокращения и заполнить пропущенные места
- окончании лекции рекомендуется выделить маркером определения ключевых терминов, названия теорий и подходов, элементы классификации и т.д.

Методические рекомендации по подготовке к экспресс-опросу и письменному опросу

Тема и контрольные вопросы к опросу и экспресс-опросу доводятся преподавателем до студентов заранее.

Для подготовки к письменному опросу студенту необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме семинара или практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной учебной литературе, записях с лекционного занятия, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить наиболее сложные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения, составить тезисы выступления по отдельным проблемным аспектам. Время подготовки к письменному опросу по одному лекционному занятию варьируется в зависимости от сложности темы и индивидуальных особенностей организации студентом своей самостоятельной работы.

При подготовке к устному опросу и экспресс-опросу студентам рекомендуется самостоятельно проработать материалы конспекта лекций, основную и дополнительную литературу, рекомендованную для изучения в данном разделе дисциплины, ознакомиться со справочными материалами. Рекомендуется при подготовке к устному опросу

составлять план-схему ответа по каждому вопросу, выписывать основные термины и понятия в персональный глоссарий.

Экспресс-опрос может проводиться на лекционных занятиях для оценки усвоения теоретического материала по предыдущей теме или для выявления остаточных знаний по текущей теме, сформированных при изучении других дисциплин.

Примерные критерии оценки подготовки и участия студента в опросе и экспресс-опросе:

- знание основного учебного материала по темам, выносимым на текущий контроль;
- знание дополнительного учебного материала как результат предварительной самостоятельной работы с рекомендуемой литературой и источниками;
- наличие иллюстраций положений теоретического материала примерами из практики (например, примерами из деятельности крупной российской или иностранной компании, практики деятельности органа государственной власти или местного самоуправления);
- активность студента в рамках дополнения ответов других членов академической группы;
- уровень самостоятельности студента при ответе на выносимые на контроль вопросы, наличие фактов чтения элементов ответа по конспекту лекций или учебнику;
- демонстрация умения рассуждать, делать выводы и логически верные предположения в рамках тем, выносимых на текущий контроль.

Методические рекомендации по подготовке устного доклада

Устный доклад как вид самостоятельной работы в учебном процессе способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, развивает навыки критического осмысления получаемой информации.

При подготовке устного доклада по заданной теме студент составляет план, подбирает основные источники. В процессе работы с источниками систематизирует полученные сведения, делает выводы и обобщения. К докладу по теме могут привлекаться несколько студентов, между которыми распределяются вопросы выступления.

Выбор темы доклада. Тематика доклада обычно определяется преподавателем, но в определении темы инициативу может проявить студент. Прежде чем выбрать тему доклада, автору необходимо выявить свой интерес, определить, над какой проблемой он хотел бы работать, более глубоко ее изучить.

Этапы работы студента над докладом:

- 1) формулирование темы, причем она должна быть не только актуальной по своему значению, но и оригинальной, интересной по содержанию;
- 2) подбор и изучение основных источников по теме (как правильно, при разработке доклада используется не менее 3-5 различных источников);
- 3) составление списка использованных источников. Обработка и систематизация информации;
- 4) разработка плана доклада;
- 5) подготовка доклада;
- 6) публичное выступление с докладом;
- 7) ответ на вопросы слушателей и обсуждение дискуссионных положений доклада.

Содержание доклада:

1) введение – это вступительная часть научно-исследовательской работы. Автор должен показать актуальность темы, раскрыть практическую значимость ее, определить цели и задачи эксперимента или его фрагмента;

2) основная часть – в ней раскрывается содержание доклада. Как правило, основная часть состоит из теоретического и практического разделов. В теоретическом разделе раскрываются история и теория исследуемой проблемы, дается критический анализ

литературы и показываются позиции исследователей. В практическом разделе излагаются методы, ход, и результаты самостоятельно проведенного исследования (если оно предполагается). В основной части могут быть также представлены схемы, диаграммы, таблицы, рисунки, которые на публичном выступлении могут быть представлены в качестве иллюстрационного материала;

3) заключение – содержит итоги работы, выводы, к которым пришел автор, и рекомендации. Заключение должно быть кратким, обязательным и соответствовать поставленным задачам;

4) обзор использованных источников.

Примерная процедура публичного представления доклада:

- выступление докладчика (докладчиков);
- слушатели и преподаватель задают уточняющие вопросы на понимание;
- докладчик (докладчики) отвечают на вопросы;
- слушатели задают дискуссионные вопросы и высказывают оценочные суждения;
- докладчик (докладчики) отвечают на вопросы;
- преподаватель подводит итоги и высказывает оценочные суждения о докладе.

По усмотрению преподавателя доклады могут быть представлены на семинарах, научно-практических конференциях, а также использоваться как формы текущего контроля по пройденным темам.

Примерные критерии оценки устного доклада:

- актуальность темы исследования;
- соответствие содержания теме;
- глубина проработки материала;
- умение делать выводы.

Методические рекомендации выполнению практического задания

Выполнение практических заданий представляет собой письменную форму самостоятельной учебной подготовки студентов, которая:

- способствует усвоению знаний по дисциплине, формированию профессиональных навыков и умений,
- помогает развивать деловые, личностные качества студента (профессиональную компетентность, инициативность, ответственность);
- воспитывает потребность в самообразовании, максимально развивает познавательные и творческие способности личности.

Возможно выполнение индивидуальных и групповых (малая группа в 3-5 человек) практических заданий.

Процесс подготовки студента к выполнению практических заданий можно условно разделить на следующие этапы:

- а) изучение содержания задания;
- б) подбор нормативных и специальных источников, относящихся к содержанию полученного задания;
- в) аналитический разбор практического задания через призму нормативных и специальных источников;
- г) определение собственной позиции, формулировка аргументов;
- е) оформление ответа;
- ж) представление письменного заключения на практическое задание.

Примерные критерии оценки качества выполнения практического задания:

- правильное раскрытие содержания основных вопросов темы;
- логичность и обоснованность выводов;
- наличие самостоятельных суждений, творческий подход;
- научное обоснование раскрываемой проблемы.

Методические рекомендации по подготовке к проблемным семинарам

Проблемный семинар – обсуждение под руководством преподавателя подготовленных студентами кратких сообщений по определенной научной или прикладной проблеме.

Проблемный семинар проводится 1-3 раза в семестр, так как предполагает достаточно длительную самостоятельную подготовку студентов, изучающих какую-либо конкретную научную проблему. При его проведении сочетаются виды деятельности, соответствующие обычному семинарскому занятию и групповой дискуссии, которая предусматривает организованное обсуждение докладов студентов по определенной научной или прикладной проблеме, или кругу проблем.

В процессе самостоятельной подготовки к проблемному семинару студенту необходимо изучить предложенные преподавателем источники (монографии, статьи, сайты), в которых раскрыты теоретические подходы к обсуждаемой проблематике и представлены материалы эмпирических исследований. Выступающий должен быть готов ответить на вопросы присутствующих по теме своего доклада. После каждого выступления проводится обсуждение представленных научных воззрений разных ученых. Готовность к такой аналитической коллективной работе обеспечивается просмотром каждым студентом тех основных работ, которые преподаватель рекомендовал прочитать к проблемному семинару.

Рекомендуемые критерии оценки участия студента в проблемном семинаре:

- владение теоретическим материалом;
- качество представленного краткого сообщения по научной или прикладной проблеме;
- умение делать обоснованные выводы;
- активное участие в обсуждении;
- активность в разработке механизмов решения научной или прикладной проблемы;
- наличие собственной позиции в обсуждаемом вопросе.

Методические рекомендации по подготовке и участию в деловой игре

Деловая игра представляет собой форму деятельности в условной обстановке, направленной на воссоздание содержания будущей профессиональной деятельности. В деловой игре с помощью знаковых средств (язык, речь, график, таблица, документ и др.) воссоздается предметное и социальное содержание профессиональной деятельности, имитируется поведение участников игры по заданным правилам, отражающим условия и динамику реальной производственной обстановки. В наиболее общем виде деловую игру определяют как «метод имитации принятия управленческих решений в различных ситуациях по заданным или выбранным самими участниками игры правилам».

Основными компонентами деловой игры служат сценарий, игровая обстановка и регламент. Сценарий включает характеристику игровой ситуации (организации), правила игры и описание трудовой обстановки. В правилах фиксируют состав и описание разыгрываемых ролей, а также материалы, регламентирующие деятельность игроков: методики, приказы, должностные инструкции по каждой из ролей игры. Основным инструментом игры является поведение участников. Очень важен правильный выбор временного режима проведения игры, воссоздание реальной обстановки. Регламент игры определяет порядок тем или документов, общие требования к режиму ее проведения и к инструктивным материалам.

В учебном процессе применяются различные виды деловой игры: проблемно-ориентированные, ролевые, имитационные, операционные и т.д.

Многие деловые игры требуют предварительной подготовки студентов к участию в игре.

Примерный алгоритм подготовки студента к участию в деловой игре:

- прослушать сообщение преподавателя о деловой игре (наименовании, цели проведения, сценарии, заданиях для самостоятельной подготовки студентов к деловой игре);
- изучить информационные материалы по проблематике деловой игры, предварительно предоставленных преподавателем;
- изучить методические материалы по сценарию и технологии проведения игры;
- изучить правила поведения участников в рамках деловой игры;
- студентам необходимо провести разделение на подгруппы (например, представляющие несколько разных коммерческих организаций, органов власти и т.д.) или заблаговременное распределение ролей участников деловой игры между собой;
- выполнить предваряющие и промежуточные задания (если они предусмотрены заданием преподавателя);
- изучить современную практику решения вынесенной для решения в рамках деловой игры проблемы (в случае проблемно-ориентированной деловой игры), выделить основные направления ее решения, подготовить фактологический материал и сформулировать доводы «за» и «против»;
- если роль студента в рамках деловой игры (в случае ролевой деловой игры) предполагает развернутое выступление перед участниками, то рекомендуется составить четкую последовательность работы, обстоятельный письменный конспект своего выступления на деловой игре. При этом само выступление должно быть живым, интересным, насыщенным по возможности примерами и фактами. Следует быть готовым ответить на вопросы других участников игры;
- изучить нормативно-правовые основы и особенности деятельности определенного органа власти (при имитационной деловой игре);
- необходимо психологически настроиться на конструктивное взаимодействие, высокую активность, включение в дискуссию и недопущение конфликтных ситуаций во время деловой игры.

На консультации, проводимой накануне деловой игры, необходимо снять все неясности и сомнения, возникшие в процессе подготовки к ней. Можно обговорить с преподавателем вопрос о целесообразности предлагаемой структуры выступления на деловой игре.

Игра будет протекать в строгом соответствии с ее сценарием. При этом всем студентам следует проявлять активность и творческий подход, ставить перед участниками игры вопросы, включаться в дискуссии, соблюдая деловой такт. Замечено, что живо, интересно проведенная деловая игра оставляет хорошее впечатление и вызывает интерес к дальнейшему участию в подобных играх.

Контроль самостоятельной работы осуществляется: текущий контроль осуществляется еженедельно в соответствии с программой занятий; промежуточный контроль по итогам дисциплины осуществляется в форме собеседования по темам дисциплины, либо по итогам выполнения студентом заданий, согласно РПД и ФОС.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю).

8.1 Перечень информационных технологий.

Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты, электронной информационно-образовательной среды

8.2 Перечень необходимого лицензионного программного обеспечения

-Microsoft Windows 8, 10

- Microsoft Office Professional Plus

8.3 Перечень информационных справочных систем:

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru>)

2. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (<http://www.elibrary.ru/>)

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

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лекционные занятия	Лекционная аудитория, оснащенная презентационной техникой и соответствующим программным обеспечением
2.	Семинарские занятия	Специальное помещение, оснащенное презентационной техникой и соответствующим программным обеспечением
3.	Групповые (индивидуальные) консультации	Кабинет, оснащенный мебелью и рабочими станциями с доступом в Интернет
4.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитория, оснащенная презентационной техникой и соответствующим программным обеспечением
5.	Самостоятельная работа	Кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.