

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
"Дальневосточный государственный университет путей сообщения"
(ДВГУПС)

УТВЕРЖДАЮ

Зав.кафедрой

(к302) Менеджмент

Третьяк С.Н., канд.
экон. наук, доцент

24.01.2025

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины **Маркетинг территории**

38.03.04 Государственное и муниципальное управление

Составитель(и): доктор экономических наук, профессор кафедры менеджмента, Сидоренко Ольга Владимировна

Обсуждена на заседании кафедры: (к302) Менеджмент

Протокол от 13.01.2025г. № 01-25

Обсуждена на заседании методической комиссии по родственным направлениям и специальностям:
Протокол от 24.01.2025г. № 5

г. Хабаровск
2025 г.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК РНС

_____ 2026 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры
(к302) Менеджмент

Протокол от _____ 2026 г. № ____
Зав. кафедрой Третьяк С.Н., канд. экон. наук, доцент

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК РНС

_____ 2027 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры
(к302) Менеджмент

Протокол от _____ 2027 г. № ____
Зав. кафедрой Третьяк С.Н., канд. экон. наук, доцент

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК РНС

_____ 2028 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2028-2029 учебном году на заседании кафедры
(к302) Менеджмент

Протокол от _____ 2028 г. № ____
Зав. кафедрой Третьяк С.Н., канд. экон. наук, доцент

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК РНС

_____ 2029 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2029-2030 учебном году на заседании кафедры
(к302) Менеджмент

Протокол от _____ 2029 г. № ____
Зав. кафедрой Третьяк С.Н., канд. экон. наук, доцент

Рабочая программа дисциплины Маркетинг территории

разработана в соответствии с ФГОС, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 13.08.2020 № 1016

Квалификация **Бакалавр**

Форма обучения **очная**

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

Общая трудоемкость **4 ЗЕТ**

Часов по учебному плану	144	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		зачёты (семестр) 4
контактная работа	52	РГР 4 сем. (1)
самостоятельная работа	92	

Распределение часов дисциплины по семестрам (курсам)

Семестр (<Курс>.<Семестр р на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
Неделя	16 5/6			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	16	16	16	16
Практические	32	32	32	32
Контроль самостоятельной работы	4	4	4	4
В том числе инт.	16	16	16	16
Итого ауд.	48	48	48	48
Контактная работа	52	52	52	52
Сам. работа	92	92	92	92
Итого	144	144	144	144

1. АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1	Методологические основы маркетинговых исследований территорий. Государственное регулирование территориального развития Российской Федерации. Региональные рынки Территория как объект маркетингового исследования. Сущность и значение территориально-производственных кластеров для экономики России.
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Код дисциплины:	Б1.В.ДВ.01.01
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Система государственного и муниципального управления
2.1.2	Инвестиционная и инновационная политика
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Муниципальная экономика и управление
2.2.2	Региональное управление и территориальное планирование

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**УК-10: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности****Знать:**

Базовые экономические понятия и закономерности значимых экономических явлений в различных областях жизнедеятельности.

Уметь:

Анализировать закономерности значимых экономических явлений, выбирать и оценивать экономические решения в различных областях жизнедеятельности.

Владеть:

Навыком содержательно интерпретировать закономерности значимых экономических явлений, выбирать и оценивать экономические решения в различных областях жизнедеятельности.

ПК-3: Владение методами и специализированными средствами для аналитической работы и научных исследований в сфере государственного и муниципального управления**Знать:**

Направления и методики современных научных исследований в сфере государственного и муниципального управления.

Уметь:

Выявлять проблемы современных социально-экономических процессов.

Владеть:

Методиками к исследованию проблем социально-экономических процессов в рамках конкретных направлений профессиональной деятельности.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. Лекции						
1.1	Методологические основы маркетинговых исследований территорий. /Лек/	4	4	УК-10 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	0	
1.2	Государственное регулирование территориального развития Российской Федерации. /Лек/	4	4	УК-10 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	0	

1.3	Региональные рынки Территория как объект маркетингового исследования. /Лек/	4	4	УК-10 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	0	
1.4	Сущность и значение территориально-производственных кластеров для экономики России. /Лек/	4	4	УК-10 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
Раздел 2. практические							
2.1	Методологические основы маркетинговых исследований территорий. /Пр/	4	8	УК-10 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	4	
2.2	Государственное регулирование территориального развития Российской Федерации. /Пр/	4	8	УК-10 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	4	
2.3	Региональные рынки Территория как объект маркетингового исследования. /Пр/	4	8	УК-10 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	4	
2.4	Сущность и значение территориально-производственных кластеров для экономики России. /Пр/	4	8	УК-10 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	4	работа в малых группах
Раздел 3. Самостоятельная работа							
3.1	Выполнение РГР /Ср/	4	30	УК-10 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	0	
3.2	Изучение рекомендуемой литературы /Ср/	4	20	УК-10 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	0	

3.3	Работа с интернет-источниками /Ср/	4	20	УК-10 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	0	
3.4	Подготовка к зачету /Ср/	4	22	УК-10 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	0	

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Размещены в приложении

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Перечень основной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Сачук Т.В.	Территориальный маркетинг: теория и практика: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022, https://znanium.com/catalog/document?id=399347
Л1.2	Муртузалиева Т.В., Розанова Т.П., Тарасенко Э.В.	Маркетинг услуг гостеприимства и туризма: Учебно-методическая литература	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2022, https://znanium.com/catalog/document?id=431628
Л1.3	Григорян Е. С., Пиканина Г.Т., Соколова Е.А.	Маркетинг в общественном питании: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2024, https://znanium.com/catalog/document?id=435172
Л1.4	Ильина И. Ю., Потехина Е. В., Ильина Ирина	Рынок труда и маркетинг персонала: учебное пособие	Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2020, https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=574100
Л1.5	Юмашева И. А., Юмашева Ирина	Маркетинг туризма: учебно-методическое пособие	Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2020, https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577860
Л1.6	Калужский М. Л., Калужский Михаил	Маркетинг на рынке труда: учебник	Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2021, https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598993
Л1.7	Патласов О. Ю., Дашков и	Маркетинг персонала: учебник	Москва: Дашков и К°, 2021, https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684329
Л1.8	Абаев А. Л., Алексунин В. А., Гуриева М. Т., Корчагова Л. А., Малыгин А. В., Дашков и, Абаев А., Алексунин В., Гуриева М.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник	Москва: Дашков и К°, 2022, https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710033

6.1.2. Перечень дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Бодрова Ж.А., Логинов М.П.	Территориальный маркетинг как инструмент привлечения инвестиций: Маркетинг в России и за рубежом. - 2015. - N 4.	, 2015,
Л2.2	Сачук Т. В.	Территориальный маркетинг: теория и практика: учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2017, http://znanium.com/go.php?id=556947
Л2.3	Реброва Н. П.	Территориальный маркетинг: учебное пособие	Москва: Прометей, 2018, http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494923

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

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Моосмюллер Г., Ребик Н. Н.	Маркетинговые исследования с SPSS: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2024, https://znanium.com/catalog/document?id=429980

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Э1	Научная электронная библиотека	https://www.elibrary.ru
Э2	Научная электронная библиотека Киберленинка	https://cyberleninka.ru

6.3 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

6.3.1 Перечень программного обеспечения

Zoom (свободная лицензия)
Windows 10, лиц. по подписке
Антивирус Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Расширенный Russian Edition - Антивирусная защита, контракт 469 ДВГУПС
Антиплагиат - Система автоматической проверки текстов на наличие заимствований из общедоступных сетевых источников, контракт 12724018158180000974/830 ДВГУПС
АСТ тест - Комплекс программ для создания банков тестовых заданий, организации и проведения сеансов тестирования, лиц.АСТ.РМ.А096.Л08018.04, дог.372

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

Профессиональная база данных, информационно-справочная система Гарант - http://www.garant.ru
Профессиональная база данных, информационно-справочная система КонсультантПлюс - http://www.consultant.ru
Профессиональная база данных, информационно-справочная система Техэксперт - http://www.cntd.ru ;

7. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Аудитория	Назначение	Оснащение
2600	Учебная аудитория для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	комплект учебной мебели, доска.
2604	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа.	комплект учебной мебели, доска.
3322	Помещения для самостоятельной работы обучающихся. Читальный зал НТБ	Тематические плакаты, столы, стулья, стеллажи Компьютерная техника с возможностью подключения к сети Интернет, свободному доступу в ЭБС и ЭИОС.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций (при наличии лекционного курса по дисциплине), рабочую программу дисциплины, нормативную, учебную и рекомендуемую литературу. Основное в подготовке к сдаче зачета - это повторение всего материала дисциплины, по которому необходимо сдавать зачет. При подготовке к сдаче зачета студент весь объем работы должен распределять равномерно по дням, отведенным для подготовки к зачету, контролировать каждый день выполнение намеченной работы. В период подготовки к зачету студент вновь обращается к уже изученному (пройденному) учебному материалу

Практические работы

При подготовке к практическим работам необходимо изучить рекомендованную учебную литературу, изучить указания к практической работе, составленные преподавателем.

В ходе лекционных занятий студенту необходимо вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Технология организации самостоятельной работы обучающихся включает использование информационных и материально-технических ресурсов образовательного учреждения: библиотеку с читальным залом, укомплектованную в соответствии с существующими нормами; учебно-методическую базу учебных кабинетов, лабораторий и зала кодификации; компьютерные классы с возможностью работы в Интернет; аудитории для консультационной деятельности; учебную и учебно-методическую литературу, разработанную с учетом увеличения доли самостоятельной работы студентов, и иные методические материалы.

При выполнении расчетно-графической работы студенту необходимо получить задание у преподавателя, изучить соответствующую литературу. Отчет о проделанной расчетно-графической работе должен быть представлен к сдаче и является необходимым условием для допуска к итоговому контролю по дисциплине. Защита производится в виде индивидуального собеседования с каждым студентом по теоретической и практической частям выполненной работы. Ответы на поставленные вопросы студент дает в устной или письменной форме.

Некоторые темы для РГР по дисциплине «Маркетинг территории»:

Маркетинговый подход в менеджменте на современном российском предприятии.

Процесс управления маркетингом территорий в условиях российской экономики.

Необходимость и условия применения маркетинга территорий на современном уровне развития страны.

Особенности макро- и микросреды функционирования маркетинга территорий в России.

Система маркетинга территорий в управлении государственными программами и проектами.

Маркетинг промышленных территорий.

Маркетинг инноваций в территориальном разделении страны.

Международная конкурентоспособность регионов в маркетинге территорий.

Комплексное исследование рынка как исходная функция системы маркетинга.

Информационное обеспечение комплексного исследования рынка (на примере конкретного рынка).

Методика разработки комплекса маркетинга территорий.

Организация маркетинговой деятельности фирмы на определенной территории страны (региона, района и т. д.).

Система стратегического планирования маркетинга территорий (на примере...).

Организация маркетинговых исследований страны (региона, района и т. д.).

Выбор темы РГР зависит от личных интересов и возможностей студента.

Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

В процессе работы с учебной и научной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы); - создавать конспекты (развернутые тезисы, которые).

Для выполнения тестового задания, прежде всего, следует внимательно прочитать поставленный вопрос. После ознакомления с вопросом следует приступить к прочтению предлагаемых вариантов ответа. Необходимо прочитать все варианты и в качестве ответа следует выбрать лишь один индекс (цифровое обозначение), соответствующий правильному ответу. Тесты составлены таким образом, что в каждом из них правильным является лишь один из вариантов.

Проведение учебного процесса может быть организовано с использованием ЭИОС университета и в цифровой среде (группы в социальных сетях, электронная почта, видеосвязь и др. платформы). Учебные занятия с применением ДОТ могут проходить в соответствии с утвержденным расписанием. Текущий контроль и промежуточная аттестация обучающихся может проводиться с применением ДОТ.

ОВЗ

Студенты с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Оценочные материалы при формировании рабочих программ дисциплин (модулей)

Направление: 38.03.04 Государственное и муниципальное управление

Направленность (профиль): Система государственного и муниципального управления

Дисциплина: Маркетинг территории

Формируемые компетенции:

1. Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций.

Показатели и критерии оценивания компетенций

Объект оценки	Уровни сформированности компетенций	Критерий оценивания результатов обучения
Обучающийся	Низкий уровень Пороговый уровень Повышенный уровень Высокий уровень	Уровень результатов обучения не ниже порогового

Шкалы оценивания компетенций при сдаче зачета

Достигнутый уровень результата обучения	Характеристика уровня сформированности компетенций	Шкала оценивания
Пороговый уровень	Обучающийся: - обнаружил на зачете всесторонние, систематические и глубокие знания учебно-программного материала; - допустил небольшие упущения в ответах на вопросы, существенным образом не снижающие их качество; - допустил существенное упущение в ответе на один из вопросов, которое за тем было устранено студентом с помощью уточняющих вопросов; - допустил существенное упущение в ответах на вопросы, часть из которых была устранена студентом с помощью уточняющих вопросов	Зачтено
Низкий уровень	Обучающийся: - допустил существенные упущения при ответах на все вопросы преподавателя; - обнаружил пробелы более чем 50% в знаниях основного учебно-программного материала	Не зачтено

Описание шкал оценивания

Компетенции обучающегося оцениваются следующим образом:

Планируемый уровень результатов освоения	Содержание шкалы оценивания достигнутого уровня результата обучения			
	Неудовлетворительн	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
	Не зачтено	Зачтено	Зачтено	Зачтено

Знать	Неспособность обучающегося самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения.	Обучающийся способен самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения.	Обучающийся демонстрирует способность к самостоятельному применению знаний при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель, и при его консультативной	Обучающийся демонстрирует способность к самостоятельному применению знаний в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий и при консультативной поддержке в части междисциплинарных
Уметь	Отсутствие у обучающегося самостоятельности в применении умений по использованию методов освоения учебной дисциплины.	Обучающийся демонстрирует самостоятельность в применении умений решения учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем.	Обучающийся продемонстрирует самостоятельное применение умений решения заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель, и при его консультативной поддержке в части современных проблем.	Обучающийся демонстрирует самостоятельное применение умений решения неизвестных или нестандартных заданий и при консультативной поддержке преподавателя в части междисциплинарных связей.
Владеть	Неспособность самостоятельно проявить навык решения поставленной задачи по стандартному образцу повторно.	Обучающийся демонстрирует самостоятельность в применении навыка по заданиям, решение которых было показано преподавателем.	Обучающийся демонстрирует самостоятельное применение навыка решения заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель, и при его консультативной поддержке в части современных проблем.	Обучающийся демонстрирует самостоятельное применение навыка решения неизвестных или нестандартных заданий и при консультативной поддержке преподавателя в части междисциплинарных связей.

2. Перечень вопросов и задач к экзаменам, зачетам, курсовому проектированию, лабораторным занятиям. Образец экзаменационного билета

формируют компетенции УК-10, ПК-3:

1. Понятие и значение маркетинга территорий.
2. Территория (страна, регион, муниципальное образование) как субъект.
3. Внутренние и внешние объекты потребления благ на территории.
4. Основные задачи изучения основ маркетинга территорий.
5. Актуальные правовые основы территориального планирования и развития территорий. Цели и задачи маркетинга территорий.
6. Маркетинговая среда территории (внутренняя и внешняя).
7. Территориальный продукт. Цена территориального продукта.
8. Участники маркетинговых отношений.
9. Целевые группы в маркетинге территорий, понятие «резиденты-нерезиденты».
10. Характеристика потребителей ресурсов и общественных благ территории.
11. Функции и группы потребителей.
12. Понятие и сущность сегментации. Макросегментация и микросегментация.
13. Формирование, поддержание и изменение имиджа территории.
14. Основные назначения территории.
15. Этапы территориального маркетинга.
16. Основные категории лиц, участвующие в процессе принятия решения в маркетинге территорий.
17. Престиж территории.

18. Демаркетинг территории.
19. Становление конкурентных отношений между территориями.
20. Конкурентная способность и конкурентные преимущества территорий.
21. Позиционирование территорий.

3. Тестовые задания. Оценка по результатам тестирования.

формирую компетенции УК-10, ПК-3:

1. Кто заинтересован в позитивных результатах оптимального управления территорией (следует отметить несколько или все подпункты):
 -) органы власти;
 -) предприниматели;
 -) население территории.
 2. Что ставится в качестве основной цели оптимального управления территорией в современных условиях:
 -) повышение качества жизни населения на территории;
 -) организация жилищного строительства на территории;
 -) получение одобрения со стороны вышестоящих органов власти.
 3. Что такое маркетинг территорий:
 -) маркетинг в интересах территории, ее внутренних субъектов, а также внешних субъектов, во внимании которых заинтересована территория, например, инвесторов;
 -) маркетинг в интересах исключительно внутренних субъектов;
 -) маркетинг в интересах исключительно внешних субъектов.
 4. Указ Президента РФ от 16.01.2017 N 13 «Об утверждении Основ государственной политики регионального развития РФ...» предусматривает развитие на период до:
 - года;
 - года;
 -) 2030 года;
 -) 2035 года.
- Маркетинг территорий предполагает комплексное улучшение территории, основанное на следующих основных назначениях территории (следует отметить несколько или все подпункты):
-) территория - как место жительства;
 -) территория - как место учебы;
 -) территория - как место отдыха (природная среда, инфраструктура отдыха и досуга);
 -) территория - как место проведения шопинга;
 -) территория – как место хозяйствования (инвестирования, производства, добычи и переработки);
 -) территория – как место нахождения в командировке;
 -) территория – как место нахождения в гостях;
 -) территория – как место спортивных сборов.
- 14
6. К целям территориального маркетинга НЕ относятся (следует отметить один или несколько подпунктов):
 -) создание и поддержание положительного имиджа, престижа территории;
 -) улучшение социального климата;
 -) улучшение инвестиционного климата региона (муниципалитета);
 -) реализация потенциала региона (муниципалитета);
 -) привлечение в регион (муниципалитет) нематериальных ресурсов (трудовых, интеллектуальных);
 -) увеличение числа научных открытий.
 7. К основным задачам маркетинга территорий НЕ относятся:
 -) эффективная политика по привлечению инвестиций;
 - победа местной спортивной команды в международном турнире;
 -) хранение и наращивание интеллектуального потенциала (наука и образование);
 -) создание благоприятных условий для развития бизнеса, в частности – малого и среднего предпринимательства;
 -) развитие финансовых институтов;
 -) расширение институтов социальной защиты населения, выполнение социальных программ.
 8. Кого можно отнести к числу основных субъектов маркетинга (следует отметить несколько или все подпункты):
 -) разработчики продукта (товаров, услуг и др.);

-) производители продукта;
-) потребители продукта;
- покупатели;
-) пользователи;
-) посредники.

Полный комплект тестовых заданий в корпоративной тестовой оболочке АСТ размещен на сервере УИТ ДВГУПС, а также на сайте Университета в разделе СДО ДВГУПС (образовательная среда в личном кабинете преподавателя).

Соответствие между балльной системой и системой оценивания по результатам тестирования устанавливается посредством следующей таблицы:

Объект оценки	Показатели оценивания результатов обучения	Оценка	Уровень результатов обучения
Обучающийся	60 баллов и менее	«Неудовлетворительно»	Низкий уровень
	74 – 61 баллов	«Удовлетворительно»	Пороговый уровень
	84 – 75 баллов	«Хорошо»	Повышенный уровень
	100 – 85 баллов	«Отлично»	Высокий уровень

4. Оценка ответа обучающегося на вопросы, задачу (задание) экзаменационного билета, зачета, курсового проектирования.

Оценка ответа обучающегося на вопросы, задачу (задание) экзаменационного билета, зачета

Элементы оценивания	Содержание шкалы оценивания			
	Неудовлетворительн	Удовлетворитель	Хорошо	Отлично
	Не зачтено	Зачтено	Зачтено	Зачтено
Соответствие ответов формулировкам вопросов (заданий)	Полное несоответствие по всем вопросам.	Значительные погрешности.	Незначительные погрешности.	Полное соответствие.
Структура, последовательность и логика ответа. Умение четко, понятно, грамотно и свободно излагать свои мысли	Полное несоответствие критерию.	Значительное несоответствие критерию.	Незначительное несоответствие критерию.	Соответствие критерию при ответе на все вопросы.
Знание нормативных, правовых документов и специальной литературы	Полное незнание нормативной и правовой базы и специальной литературы	Имеют место существенные упущения (незнание большей части из документов и специальной литературы по названию, содержанию и т.д.).	Имеют место несущественные упущения и незнание отдельных (единичных) работ из числа обязательной литературы.	Полное соответствие данному критерию ответов на все вопросы.
Умение увязывать теорию с практикой, в том числе в области профессиональной работы	Умение связать теорию с практикой работы не проявляется.	Умение связать вопросы теории и практики проявляется редко.	Умение связать вопросы теории и практики в основном проявляется.	Полное соответствие данному критерию. Способность интегрировать знания и привлекать сведения из различных научных сфер.

Качество ответов на дополнительные вопросы	На все дополнительные вопросы преподавателя даны неверные ответы.	Ответы на большую часть дополнительных вопросов преподавателя даны неверно.	. Даны неполные ответы на дополнительные вопросы преподавателя. 2. Дан один неверный ответ на дополнительные вопросы преподавателя.	Даны верные ответы на все дополнительные вопросы преподавателя.
--	---	---	--	---

Примечание: итоговая оценка формируется как средняя арифметическая результатов элементов оценивания.