

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет  
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт экономики и предпринимательства  
(факультет / институт / филиал)

УТВЕРЖДЕНО  
решением ученого совета ННГУ  
протокол от  
«30» ноября 2022 г. № 13

### **Рабочая программа дисциплины**

Маркетинг территорий

*(наименование дисциплины (модуля))*

Уровень высшего образования  
бакалавриат

*(бакалавриат / магистратура / специалитет)*

Направление подготовки / специальность  
38.03.04 «Государственное и муниципальное управление»  
*(указывается код и наименование направления подготовки / специальности)*

Направленность образовательной программы  
«Региональное и муниципальное управление»  
*(указывается профиль / магистерская программа / специализация)*

Форма обучения

очная, очно-заочная

*(очная / очно-заочная / заочная)*

Нижегород

2023 год

## 1. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина Б1.В.09 «Маркетинг территорий» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, проводится в 5 семестре.

№ варианта	Место дисциплины в учебном плане образовательной программы	Стандартный текст для автоматического заполнения в конструкторе РПД
2	Блок 1. Дисциплины (модули) Часть, формируемая участниками образовательных отношений	Дисциплина Б1.В.09 «Маркетинг территорий» относится к части ООП направления подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление, формируемой участниками образовательных отношений.

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции* (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине**	
ПК-14 Умеет оценивать соотношение планируемого результата и затрачиваемых ресурсов	ПК-14.1. Определяет необходимые показатели оценки соотношения планируемого результата и затрачиваемых ресурсов;	<i>Знать</i> сущность маркетинга территорий, его цели, задачи, основные понятия, концепции, принципы и функции <i>Уметь</i> сегментировать территориальные рынки, осуществлять позиционирование и дифференциацию территорий <i>Владеть</i> приемами и методами проведения маркетинговых исследований в сфере территориального маркетинга	Реферат, практическое задание, кейс-задача, эссе
	ПК-14.2. Проводит оценку соотношения планируемого результата и затрачиваемых ресурсов	<i>Знать</i> виды, источники и методы получения маркетинговой информации <i>Уметь</i> разрабатывать товарные, ценовые и коммуникативные стратегии в разрезе объектов территориального маркетинга <i>Владеть</i> методикой оценки эффективности разрабатываемых и применяемых решений в области маркетинга территорий	Реферат, практическое задание, кейс-задача, эссе

## 3. Структура и содержание дисциплины

Объем дисциплины составляет 4 зачетные единицы, всего 144 часа, из которых:

- для очной формы обучения: 58 часов составляет контактная работа обучающегося с преподавателем (28 часов занятия лекционного типа, 28 часа занятия семинарского типа, КСРИФ 2 часа), 36 часов мероприятия промежуточной аттестации, 50 часов составляет самостоятельная работа обучающегося.

- для очно-заочной формы обучения: 34 часа составляет контактная работа обучающегося с преподавателем (16 часов занятия лекционного типа, 16 часов занятия семинарского типа, 2 часа КСРИФ), 36 часов мероприятия промежуточной аттестации, 74 часов составляет самостоятельная работа обучающегося.

### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	<b>очная форма обучения</b>	<b>очно-заочная форма обучения</b>
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>4 ЗЕТ</b>	<b>4 ЗЕТ</b>
<b>Часов по учебному плану</b>	<b>144</b>	<b>144</b>
<b>в том числе</b>		
<b>аудиторные занятия (контактная работа):</b>	<b>58</b>	<b>34</b>
- занятия лекционного типа	<b>28</b>	<b>16</b>
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	<b>28</b>	<b>16</b>
<b>самостоятельная работа</b>		
<b>КСР</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
<b>Промежуточная аттестация – Экзамен/зачет</b>	<b>экзамен</b>	<b>экзамен</b>

### 3.2. Содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины	Всего (часы)	в том числе																
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них													Самостоятельная работа обучающегося, часы			
		Занятия лекционного типа					Занятия семинарского типа			Занятия лабораторного типа			Всего					
		Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная			Очно-заочная	Заочная
Тема 1. Основные положения территориального маркетинга.	18	16		5	2		5	2					10	4		8	12	
Тема 2. Маркетинг страны.	18	16		5	2		5	2					10	4		8	12	
Тема 3. Маркетинг региона	17	21		4	4		4	4					8	8		9	13	
Тема 4. Маркетинг города, локальных мест.	18	16		5	2		5	2					10	4		8	12	
Тема 5. Международный маркетинг	17	16		4	2		5	2					9	4		8	12	
Тема 6. Региональный, экономический и геополитический маркетинг.	18	21		5	4		4	4					9	8		9	13	

Практические занятия (семинарские занятия /лабораторные работы) организуются, в том числе в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Семинарские занятия проводятся с использованием технических средств (компьютер с подключением к сети интернет, проектор). Проведение семинарских занятий преследует достижение следующих задач:

- углубление знаний по соответствующей теме дисциплины;
- развитие навыка поиска и работы с информацией,
- развитие навыков аналитического мышления,
- развитие навыка формулирования собственных идей.

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках занятий семинарского типа.

#### **4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

Самостоятельная работа является наиболее деятельным и творческим процессом, который выполняет ряд дидактических функций: способствует формированию диалектического мышления, вырабатывает высокую культуру умственного труда, совершенствует способы организации познавательной деятельности, воспитывает ответственность, целеустремленность, систематичность и последовательность в работе студентов, развивает у них бережное отношение к своему времени, способность доводить до конца начатое дело.

Самостоятельная работа студента – это вся его работа по овладению содержанием учебной дисциплины и соответствующими практическими навыками и умениями, активная интеллектуальная деятельность.

Содержанием самостоятельной работы студентов являются следующие ее виды:

##### **Изучение понятийного аппарата дисциплины**

- изучение тем самостоятельной подготовки по учебно-тематическому плану;

- работу над основной и дополнительной литературой;
- самоподготовка к практическим и другим видам занятий;
- самостоятельная работа студента при подготовке к экзамену;
- самостоятельная работа студента в библиотеке;
- изучение сайтов по темам дисциплины в сети Интернет;
- консультации преподавателя дисциплины.

##### **Изучение тем самостоятельной подготовки по учебно-тематическому плану**

Особое место отводится самостоятельной проработке студентами отдельных разделов и тем по изучаемой дисциплине. Такой подход вырабатывает у студентов инициативу, стремление к увеличению объема знаний, выработке умений и навыков всестороннего овладения способами и приемами профессиональной деятельности.

Изучение вопросов очередной темы требует глубокого усвоения теоретических основ курса, раскрытия сущности основных категорий управления, проблемных аспектов темы и анализа фактического материала.

##### **Работа над основной и дополнительной литературой**

Изучение рекомендованной литературы следует начинать с учебников и учебных пособий, затем переходить к нормативно-правовым актам, научным монографиям и материалам периодических изданий. При этом очень полезно делать выписки и конспекты наиболее интересных материалов. Это не только мобилизует внимание, но и способствует более глубокому осмыслению материала и лучшему его запоминанию.

Таким образом, конспектирование – одна из основных форм самостоятельного труда, требующая от студента активно работать с учебной литературой и не ограничиваться конспектом лекций.

Студент должен уметь самостоятельно подбирать необходимую для учебной и научной работы литературу. При этом следует обращаться к предметным каталогам и библиографическим справочникам, которые имеются в библиотеках.

#### **Самоподготовка к практическим занятиям**

При подготовке к практическому занятию необходимо помнить, что та или иная дисциплина тесно связана с ранее изучаемыми курсами. Более того, именно синтез полученных ранее знаний и текущего материала по курсу делает подготовку результативной и всесторонней.

На семинарских занятиях студент должен уметь последовательно излагать свои мысли и аргументировано их отстаивать.

Для достижения этой цели необходимо:

- 1) ознакомиться с соответствующей темой программы изучаемой дисциплины;
- 2) осмыслить круг изучаемых вопросов и логику их рассмотрения;
- 3) изучить рекомендованную учебно-методическим комплексом литературу по данной теме;
- 4) тщательно изучить лекционный материал;
- 5) ознакомиться с вопросами очередного семинарского занятия.

Изучение вопросов очередной темы требует глубокого усвоения теоретических основ дисциплины, раскрытия сущности основных положений, проблемных аспектов темы и анализа фактического материала.

#### **Самостоятельная работа студента при подготовке к экзамену.**

Контроль выступает формой обратной связи и предусматривает оценку успеваемости студентов и разработку мер по дальнейшему повышению качества подготовки современных менеджеров.

Итоговой формой контроля успеваемости студентов по учебной дисциплине «Маркетинг территорий» является экзамен.

В начале модуля рекомендуется внимательно изучить перечень вопросов к экзамену, а также использовать в процессе обучения программу, учебно-методический комплекс, другие методические материалы, разработанные кафедрой по данной дисциплине. Это позволит в процессе изучения тем сформировать более правильное и обобщенное видение студентом сущности того или иного вопроса за счет:

- а) уточняющих вопросов преподавателю;
- б) подготовки рефератов по отдельным темам, наиболее заинтересовавшие студента;
- в) самостоятельного уточнения вопросов на смежных дисциплинах;
- г) углубленного изучения вопросов темы по учебным пособиям.

Кроме того, наличие перечня вопросов в период обучения позволит выбрать из предложенных преподавателем учебников наиболее оптимальный для каждого студента, с точки зрения его индивидуального восприятия материала, уровня сложности и стилистики изложения.

Для систематизации знаний и понимания логики изучения предмета в процессе обучения рекомендуется пользоваться программой курса, включающей в себя разделы, темы и вопросы, определяющие стандарт знаний по каждой теме.

При подготовке к экзамену конструктивным является коллективное обсуждение выносимых на экзамен вопросов с сокурсниками, что позволяет повысить степень систематизации и углубления знаний.

Перед консультацией по предмету следует составить список вопросов, требующих дополнительного разъяснения преподавателем.

### **Самостоятельная работа студента в библиотеке**

Важным аспектом самостоятельной подготовки студентов является работа с библиотечным фондом.

Это работа многоаспектна и предполагает различные варианты повышения профессионального уровня студентов как очной, так и заочной формы обучения, в том числе:

- а) получение книг для подробного изучения в течение семестра на научном абонементе;
- б) изучение книг, журналов, газет – в читальном зале;
- в) возможность поиска необходимого материала посредством электронного каталога;
- г) получение необходимых сведений об источниках информации у сотрудников библиотеки.

При подготовке рефератов, эссе и иных форм работы студентов, представляемых ими на семинарских занятиях, важным является формирование библиографии по изучаемой тематике. При этом рекомендуется использовать несколько категорий источников информации: учебные пособия для вузов, монографии, периодические издания, законодательные и нормативные документы, статистические материалы, информацию государственных органов власти и управления, органов местного самоуправления, переводные издания, а также труды зарубежных авторов в оригинале.

### **Изучение сайтов по темам дисциплины в сети Интернет**

Ресурсы Интернет являются одним из альтернативных источников быстрого поиска требуемой информации. Их использование возможно для получения основных и дополнительных сведений по изучаемым материалам.

### **Виды самостоятельной работы**

<b>Наименование разделов входящих в дисциплину</b>	<b>Вопросы, отводимые на самостоятельное освоение обучающимися</b>	<b>Компетенция</b>	<b>Виды самостоятельной работы</b>
Тема 1. Основные положения территориального маркетинга.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- сущность и разновидности территориального маркетинга;</li> <li>- субъекты маркетинга территорий, их цели, интересы;</li> <li>- стратегии маркетинга территорий;</li> <li>- инструменты маркетинга;</li> <li>- понятие имиджа, его виды;</li> <li>- технологии формирования имиджа территории.</li> </ul>	ПК-14.1, ПК-14.2	<b>Реферат, эссе</b>
Тема 2. Маркетинг страны.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- конкурентоспособность страны;</li> <li>- маркетинг страны и займы;</li> <li>- место в международных</li> </ul>	ПК-14.1, ПК-14.2	<b>Реферат</b>

	рейтингах; - цена территориального продукта; Интернет-маркетинг.		
Тема 3. Маркетинг региона	- стратегия и тактика регионального маркетинга; - коммуникации в региональном маркетинге; - организация маркетинга регионов.	ПК-14.1, ПК-14.2	<b>Реферат, эссе</b>
Тема 4. Маркетинг города, локальных мест.	- специфика городского маркетинга; -определение состояния городов; - стратегии развития городов; - брендинг города	ПК-14.1, ПК-14.2	<b>Реферат</b>
Тема 5. Международный маркетинг	- теория международной торговли; - среда международного маркетинга; - ценообразование на международных рынках.	ПК-14.1, ПК-14.2	<b>Реферат, эссе</b>
Тема 6. Региональный, экономический и геополитический маркетинг.	- маркетинговый механизм управления охраной окружающей среды; - экологически ориентированный маркетинг; - маркетинговый подход в геополитике	ПК-14.1, ПК-14.2	<b>Реферат, эссе</b>

### *Тематика рефератов:*

1. Опыт внедрения территориального маркетинга в зарубежных странах.
2. Субъекты в территориальном маркетинге: их цели и интересы.
3. Средства и инструменты территориального маркетинга: территориальный продукт, цена территориального продукта, локализация территориальных продуктов, продвижение территориального продукта.
4. Маркетинговая среда территории: внутренняя и внешняя.
5. Сущность и необходимость сегментации в территориальном маркетинге.
6. Рейтинги и индикаторы как первичные данные о состоянии и тенденциях развития территории
7. SWOT: анализ социально-экономического положения и перспектив территории.
8. Роль и значение образования в программе продвижения территории
9. Маркетинг имиджа как стратегическое направление территориального маркетинга.
10. Маркетинг инфраструктуры как условие эффективного территориального маркетинга.

Материал реферата должен быть разделен на короткие, четко обозначенные разделы, которые должны быть освещены с достаточной степенью детализации; объем каждого раздела должен находиться в конкретной пропорции относительно параметров всей работы.

Объем реферата определяется его содержанием и составляет 20-25 страниц (без приложений). Реферат должен включать:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основная часть, разделенная на подразделы;
- заключение;
- список использованной литературы;
- приложения.

Защита рефератов может проходить на семинарских занятиях путем пятиминутного доклада обучающегося с наглядной иллюстрацией наиболее значимых выводов.

***Тематика эссе:***

1. Виды маркетинговых коммуникаций в территориальном маркетинге. – ПК-14
  2. Направления деятельности государственных органов в системе маркетинга инфраструктуры – ПК-14
  3. Этапы разработки маркетинговой стратегии города – ПК-14.
- Написание эссе производится в произвольной для обучающихся форме. Рекомендуемый объем эссе 2-3 стр.

**Вопросы к экзамену по дисциплине «Маркетинг территорий»**

1. Понятие территориального маркетинга.
2. Территориальный маркетинг как фактор государственного и муниципального управления.
3. Субъекты в территориальном маркетинге: их цели и интересы.
4. Целевые аудитории в территориальном маркетинге: виды и их особенности.
5. Понятие комплекса средств территориального маркетинга.
6. Сущность отдельных средств (инструментов) территориального маркетинга: территориальный продукт, цена территориального продукта, локализация территориального продукты, продвижение территориального продукта.
7. Маркетинговая среда территории: внутренняя и внешняя.
8. Сущность и необходимость сегментации в территориальном маркетинге.
9. Разновидности территориального маркетинга в зависимости от уровня объекта анализа.
10. Специфика и роль маркетинга территорий в зависимости от уровня объекта анализа.
11. Теоретические аспекты позиционирования в территориальном маркетинге: общее и специфическое для каждого уровня.
12. Конкурентоспособность территории: теоретические аспекты, технологии измерения и оценки.
13. Имидж как конкурентный ресурс территории.
14. Брендинг территорий.
15. Значение индексов как комплексного интегративного показателя информации.
16. Рейтинги и индикаторы как первичные данные о состоянии и тенденциях развития территории.
17. SWOT: анализ положения и перспектив территории.
18. PEST-анализ, как инструмент изучения внешней среды
19. Цели, задачи, инструменты программы продвижения территории.
20. Реструктуризация информационной среды как вариант продвижения территории.
21. Роль и значение образования в программе продвижения территории.
22. Роль и значение рекламы в продвижении территории.

23. PR как инструмент продвижения.
24. Понятие, задачи и инструменты Интернет-маркетинга в управлении продвижением территории.
25. Виды маркетинговых стратегий территории.
26. Маркетинг имиджа как стратегическое направление территориального маркетинга.
27. Маркетинг достопримечательностей как элемент привлечения потенциальных покупателей.
28. Маркетинг инфраструктуры как условие эффективного территориального маркетинга.
29. Маркетинг персонала как реализации территорией функции проживания.
30. Основные принципы и этапы внедрения территориального маркетинга.

## 5. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю),

включающий:

### **ПК-14 - умение оценивать соотношение планируемого результата и затрачиваемых ресурсов**

Индикаторы компетенции	ОЦЕНКИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ						
	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
<b>Знания</b> <i>Знать виды, источники и методы получения маркетинговой информации</i>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<b>Умения</b> <i>разрабатывать товарные, ценовые и коммуникативные стратегии и в разрезе объектов территориального маркетинга</i>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания но не в полном объеме.	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	Продемонстрированы все основные умения,. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<b>Навыки</b> <i>Владеть методикой оценки</i>	Отсутствие владения материалом. Невозможность	При решении стандартных задач не продемонстрированы	Имеется минимальный набор	Продемонстрированы базовые навыки	Продемонстрированы базовые навыки	Продемонстрированы навыки при	Продемонстрирован творческий подход к

<i>эффективности разработываемых и применяемых решений в области маркетинга территорий</i>	ть оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	ированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки.	навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	при решении стандартных задач без ошибок и недочетов.	решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.	решению нестандартных задач
<u>Шкала оценок по проценту правильных выполненных контрольных заданий</u>	0 – 20 %	21 – 50 %	51 – 70 %	71-80 %	81 – 90 %	91 – 99 %	100%

### 5.1. Описание шкал оценивания

Итоговый контроль качества усвоения студентами содержания дисциплины проводится в виде экзамена, на котором определяется:

- уровень усвоения студентами основного учебного материала по дисциплине;
- уровень понимания студентами изученного материала.

Экзамен включает устную часть. Устная часть экзамена заключается в ответе студентом на теоретические вопросы курса (с предварительной подготовкой) и последующем собеседовании в рамках тематики курса. Собеседование проводится в форме вопросов, на которые студент должен дать краткий ответ.

<b>Оценка</b>	<b>Уровень подготовки</b>
Превосходно	Высокий уровень подготовки, безупречное владение теоретическим материалом, студент демонстрирует творческий подход к решению нестандартных ситуаций. Студент дал полный и развернутый ответ на все теоретические вопросы билета, подтверждая теоретический материал практическими примерами из практики. Студент активно работал на практических занятиях. 100 %-ное выполнение контрольных экзаменационных заданий
Отлично	Высокий уровень подготовки с незначительными ошибками. Студент дал полный и развернутый ответ на все теоретические вопросы билета, подтверждает теоретический материал практическими примерами из практики. Студент активно работал на практических занятиях. Выполнение контрольных экзаменационных заданий от 91% до 99%
Очень хорошо	Хорошая подготовка. Студент дает ответ на все теоретические вопросы билета, но имеются неточности в определениях понятий, процессов и т.п. Студент активно работал на практических занятиях.

	Выполнение контрольных экзаменационных заданий от 81 до 90%.
Хорошо	В целом хорошая подготовка с заметными ошибками или недочетами. Студент дает полный ответ на все теоретические вопросы билета, но имеются неточности в определениях понятий, процессов и т.п. Допускаются ошибки при ответах на дополнительные и уточняющие вопросы экзаменатора. Студент работал на практических занятиях. Выполнение контрольных экзаменационных заданий от 71 до 80%.
Удовлетворительно	Минимально достаточный уровень подготовки. Студент показывает минимальный уровень теоретических знаний, делает существенные ошибки, но при ответах на наводящие вопросы, может правильно сориентироваться и в общих чертах дать правильный ответ. Студент посещал практические занятия. Выполнение контрольных экзаменационных заданий от 51 до 70%.
Неудовлетворительно	Подготовка недостаточная и требует дополнительного изучения материала. Студент дает ошибочные ответы, как на теоретические вопросы билета, так и на наводящие и дополнительные вопросы экзаменатора. Студент пропустил большую часть практических занятий. Выполнение контрольных экзаменационных заданий от 21 до 50%.
Плохо	Подготовка абсолютно недостаточная. Студент не отвечает на поставленные вопросы. Студент отсутствовал на большинстве лекций и практических занятий. Выполнение контрольных экзаменационных заданий 20 % и менее

## 5.2 Критерии и процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю), характеризующих этапы формирования компетенций

*Для оценивания результатов обучения в виде знаний используются следующие процедуры и технологии:*

- тестирование;
- реферат.

*Для оценивания результатов обучения в виде умений и владений используются следующие процедуры и технологии:*

- практические задания;
- эссе.

### **Критерии оценки результатов тестирования:**

- полнота знаний теоретического контролируемого материала.
- количество правильных ответов.

**Оценка «превосходно»** выставляется при условии правильного ответа обучающегося на 100 % тестовых заданий;

**Оценка «отлично»** выставляется при условии правильного ответа обучающегося на 90-99% тестовых заданий;

**Оценка «очень хорошо»** выставляется при условии правильного ответа обучающегося на 80-90% тестовых заданий;

**Оценка «хорошо»** выставляется при условии правильного ответа обучающегося на 70-80 % тестовых заданий;

**Оценка «удовлетворительно»** выставляется при условии правильного ответа обучающегося на 50-70% тестовых заданий;

**Оценка «неудовлетворительно»** выставляется при условии правильного ответа обучающегося на 20-50 % тестовых заданий;

**Оценка «плохо»** выставляется при условии правильного ответа обучающегося на 0-20% тестовых заданий.

#### **Критерии оценивания реферата:**

**«превосходно»** - выполнены все требования к написанию реферата: обозначена проблема и обоснована ее актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению; использованы зарубежные источники литературы на языке оригинала;

**«отлично»** - выполнены все требования к написанию реферата: обозначена проблема и обоснована ее актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению;

**«очень хорошо»** - основные требования к реферату выполнены, но при этом допущены недочеты в оформлении.

**«хорошо»** - основные требования к реферату выполнены, но при этом допущены недочеты. В частности: имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объем реферата; имеются упрощения в оформлении;

**«удовлетворительно»** - имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата; отсутствует вывод;

**«неудовлетворительно»** - реферат отсутствует или тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

#### **Критерии оценки практических заданий:**

**Оценка «превосходно»** ставится, если обучающийся излагает материал всесторонне, логично, грамотно, без ошибок; демонстрирует умение высказывать и обосновывать свои суждения; использовать теоретические знания в практической деятельности; свободное владение профессиональной терминологией и навыком обобщения полученных знаний.

**Оценка «отлично»** ставится, если обучающийся излагает материал логично, грамотно, без ошибок; демонстрирует умение высказывать и обосновывать свои суждения; использовать теоретические знания в практической деятельности; владение профессиональной терминологией и навыком обобщения полученных знаний.

**Оценка «очень хорошо»** ставится, если обучающийся излагает материал логично, грамотно, с незначительными погрешностями; демонстрирует умение высказывать и обосновывать свои суждения; использовать теоретические знания в практической деятельности; владение профессиональной терминологией и достаточным навыком обобщения полученных знаний.

**Оценка «хорошо»** ставится, если обучающийся излагает материал со значительными погрешностями, недостаточно полно; использует теоретические знания в

практической деятельности при наличии незначительных ошибок; посредственное владение профессиональной терминологией и навыком обобщения полученных знаний.

**Оценка «удовлетворительно»** ставится, если обучающийся излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий; использует теоретические знания в практической деятельности при наличии существенных ошибок; не может доказательно обосновать свои суждения; наличие минимальных навыков владения профессиональной терминологией и обобщения полученных знаний.

**Оценка «неудовлетворительно»** ставится, если допущены грубые ошибки в определении понятий; отсутствует умение высказывать и обосновывать свои суждения; использовать теоретические знания в практической деятельности; отсутствуют навыки владения профессиональной терминологией и обобщения полученных знаний.

**Оценка «плохо»** ставится, если отсутствуют необходимые теоретические знания; полностью отсутствует умение высказывать и обосновывать свои суждения; использовать теоретические знания в практической деятельности; полностью отсутствуют навыки владения профессиональной терминологией и обобщения полученных знаний.

#### **Критерии оценивания кейс-задач:**

*«превосходно»* - кейс решен правильно, дано развернутое пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания, свободно владеет научной терминологией. При разборе предложенной ситуации проявляет творческие способности, знание дополнительной литературы, приводит примеры из российской и зарубежной экономической действительности. Демонстрирует хорошие аналитические способности, способен при обосновании своего мнения свободно проводить аналогии между темами курса;

*«отлично»* - кейс решен правильно, дано развернутое пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания, свободно владеет научной терминологией. При разборе предложенной ситуации проявляет творческие способности, знание дополнительной литературы. Демонстрирует хорошие аналитические способности, способен при обосновании своего мнения свободно проводить аналогии между темами курса;

*«очень хорошо»* - кейс решен правильно, дано пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания, свободно владеет научной терминологией. Демонстрирует хорошие аналитические способности, знание дополнительной литературы, допускает не более двух неточностей при оперировании научной терминологией;

*«хорошо»* - кейс решен правильно, дано пояснение и обоснование сделанного заключения. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания, свободно владеет научной терминологией. Демонстрирует хорошие аналитические способности, однако допускает некоторые неточности при оперировании научной терминологией;

*«удовлетворительно»* - кейс решен правильно, пояснение и обоснование сделанного заключения было дано при активной помощи преподавателя. Имеет ограниченные теоретические знания, допускает существенные ошибки при установлении логических взаимосвязей, допускает ошибки при использовании научной терминологии;

*«неудовлетворительно»* - кейс решен неправильно, обсуждение и помощь преподавателя не привели к правильному заключению. Обнаруживает неспособность к построению самостоятельных заключений. Имеет слабые теоретические знания, не использует научную терминологию.

*«плохо»* - отсутствует решение кейс-задачи.

Для оценивания результатов написания эссе используется следующая шкала:

«Превосходно»	Эссе соответствует выбранной теме, студент ссылается на авторитетных авторов, использует достоверные источники информации. Студент высказывает свою точку зрения по всему спектру затрагиваемых проблем. Презентация отвечает критериям аналитичности, лаконичности, информативности. Студент способен выразить идею ясно, сделать необходимые выводы.
«Отлично»	Эссе соответствует выбранной теме, студент ссылается на авторитетных авторов, использует достоверные источники информации. Студент высказывает свою точку зрения по всему спектру затрагиваемых проблем. Презентация отвечает критериям аналитичности, лаконичности, информативности. Студент способен выразить идею ясно, сделать необходимые выводы.
«Очень хорошо»	Эссе соответствует изучаемой теме, студент корректно излагает идеи современных авторов. Студент высказывает свою точку зрения по всему спектру затрагиваемых проблем с небольшими неточностями. Эссе перегружено информацией общего характера.
«Хорошо»	Эссе соответствует изучаемой теме, студент корректно излагает идеи современных авторов. Однако авторская позиция просматривается с трудом. Эссе перегружено информацией общего характера. Студент способен выразить частные суждения, но не поднимается до обобщений. Выводы фрагментарны и не дают целостного представления о проделанной работе.
«Удовлетворительно»	Эссе соответствует изучаемой теме, но не в полной мере раскрывает ее, студент не ссылается на авторитетных авторов, использует недостоверные источники информации. Студент с трудом выражает свою мысль, выводы не вытекают из сказанного.
«Неудовлетворительно»	Имеются существенные отступления от требований к эссе: тема освещена частично, допущены фактические ошибки в содержании эссе, отсутствует вывод.
«Плохо»	Эссе отсутствует или не соответствует изучаемой теме (или не раскрывает ее содержания).

### **5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения, характеризующих этапы формирования компетенций и (или) для итогового контроля сформированности компетенции.**

#### **Пример практического задания для оценки компетенции «ПК-14»**

**Задание 1.** Описать природную, социальную и производственную структуры территории (показать основные образующие, обслуживающие и обеспечивающие организации).

Какие виды маркетинговых стратегий по содержанию реализует в настоящее время территория? Аргументируйте свой ответ.

Предложите новую маркетинговую стратегию, которую можно, на Ваш взгляд, успешно реализовать на данной территории. Дайте обоснование предложенной стратегии.

**Задание 2.** Цель: рассмотреть особенности брендинга в рамках территориального маркетинга. Задача: составьте примерный перечень характеристик населенного привлекательного для проживания, посещения, осуществления бизнес деятельности (по выбору). Уделите внимание следующим вопросам:

1. Приведите примеры уникальных характеристик своего населенного пункта.
2. С какими поселениями было бы оправдано сотрудничать для развития Вашего населенного пункта? Почему?
3. Какие задачи решает зонирование территории города?
4. Каким образом продвигается информация об официальных и неофициальных символах Вашего населенного пункта или муниципального образования?
5. Какие интересные, уникальные события, праздники, мероприятия могут привлечь внимание к вашему населенному пункту или муниципальному образованию?

#### **Пример кейс-задачи для оценки компетенции «ПК-14» «ПРОБЛЕМНЫЙ БАЙКАЛЬСК»**

##### **Описание ситуации**

Город Байкальск находится в самой южной части Иркутской области, на берегу Байкала (отсюда его название), возле Транссибирской магистрали, в 161 км (по железной дороге) от областного центра и в 35 км от районного. Входит в состав Слюдянского района и относится к городским поселениям районного уровня. Занимает площадь 52 км<sup>2</sup> (5,2 тыс. га).

Своим появлением на берегу Байкала город обязан целлюлозному комбинату, к строительству которого приступили в 1959 г. Через год в составе строительно-монтажного управления сформировали участок жилищного строительства. С этого момента началось целенаправленное возведение Байкальска.

В начале 1950-х гг. с развитием реактивной авиации возникла необходимость в высококачественных сортах целлюлозы для производства сверхпрочного авиационного корда. В то время такая продукция вырабатывалась только в США, где доля вискозного корда достигала 75 % (для сравнения: в СССР в этот период свыше 90 % корда получали на хлопчатобумажной основе).

Продукция, выпускаемая в США, сразу попала в список стратегических товаров, запрещенных к продаже в СССР. Поэтому советское правительство в 1954 г. приняло

решение наладить аналогичное отечественное производство. Для этого требовалась вода особого качества (с минерализацией не выше 20 мг/л и содержанием двуокси кремния не более 2 мг/л). Будущий завод необходимо было разместить на одном из крупных пресноводных озер страны — Байкале, Ладожском, Онежском или Телецком. Выбрали Байкал.

Строительство завода мощностью 100 тыс. т целлюлозы в год началось Иркутским совнархозом в 1959 г. Чуть позже, в 1961 г., было решено увеличить его мощность до 200 тыс. т, а строительство поручить Минсредмашу СССР.

С середины 1990-х гг. Байкальский ЦБК перестал работать на оборонную промышленность, а его продукция почти полностью стала продаваться за рубеж.

Предприятие было остановлено в 2008 г. после того, как ему запретили сбрасывать в озеро очищенные промышленные стоки и использовать хлор при отбеливании целлюлозы.

В июне 2010 г. Президент России Дмитрий Медведев исключил Байкальский ЦБК из списка стратегических предприятий (гриф «стратегический» снят с принадлежащих Росимуществу 49 % акций БЦБК, остальными акциями владеют администрация города Байкальска, лесопромышленная компания «Континенталь менеджмент» и частные лица).

Правительство РФ в сентябре 2013 года решило судьбу Байкальского ЦБК, а именно принято решение о постепенном закрытии Байкальского ЦБК с переносом завода.

Во Внешэкономбанке (ВЭБ), который является крупнейшим кредитором предприятия, сообщили, что готовится ТЭО рекультивации и санации территории. Она может быть включена в ОЭЗ рекреационного типа «Ворота Байкала», где будут построены отели, курорты или производства экологически чистых продуктов. Частично эти меры будут реализовываться в рамках ФЦП «Байкал». Обсуждается вопрос перекалфикации работников предприятия и уже создан центр занятости населения. Есть вероятность того, что может возникнуть дефицит рабочей силы в связи с планами по развитию территории. Закрытие ЦБК может стоить 12-15 млрд. руб. Остановка производства потребует не менее двух лет, а ликвидация накопленных отходов БЦБК — четыре-шесть лет.

Население города в 2020 г. – 12,5 тысяч жителей.

**Таблица 1.** Динамика численности населения Байкальска, тыс. чел.

Год	1960	1970	1980	1985	1990	1995	2000	2005	2010	2020
население	1,2	13,3	15,5	15,8	16,4	17,3	17,1	15,6	14,4	12,5

БЦБК являлся не просто основным работодателем Байкальска — все коммунальные и энергетические службы города напрямую завязаны на комбинат. Как Байкальск будет существовать после закрытия БЦБК?

Благоприятный микроклимат в районе Байкальска позволяет получать сравнительно высокий по региональным меркам урожай садовой земляники (клубники). Байкальская клубника — очень крупная, сочная и красивая ягода, ценный пищевой и диетический продукт. Предполагаемый сбор этой ягоды (со всех участков) оценивается в 800-1 500 т в год, а общий доход от ее реализации — в 1,5 млн. дол. Такие объемы позволяют рассматривать выращивание клубники как одно из возможных направлений специализации города Байкальска. Но для этого необходимо решить вопрос с ее реализацией и переработкой. В настоящее время сбыт ягоды происходит стихийно: ее продают вдоль федеральной дороги, возят в Иркутск, Улан-Удэ и даже Читу. Оптовой реализацией занимаются преимущественно мелкие перекупщики.

13 августа 2016 года на базе БЦБК открыли завод по розливу минеральной воды. Объем производства порядка 100 тонн воды в сутки. Разлив осуществляется в стандартные полулитровые бутылки, а также в емкости других объемов (1,5, 3 и 5 литра). Дополнительных рабочих мест создано на 115 человек.

Байкальская горнолыжная база «Гора Соболиная» действует с ноября по май и способна ежедневно принимать до тысячи отдыхающих и туристов, которые могут остановиться в комфортабельных гостиницах или в прекрасно оборудованном профилактории, расположенном у подножия горы. Рядом находится стоянка для автомобилей. Имеется пункт проката лыж и камера хранения. Горнолыжная база имеет несколько сертифицированных трасс: две широкие (по 40 м) спортивные трассы длиной 1 870 и 2 100 м, две слаломные — 500 и 800 м, ночную освещенную трассу — 1 000 м, три специально подготовленных склона для начинающих — по 200 м каждый. Имеются также трассы для беговых лыж по 5 и 10 км, тюбинговая трасса, сноупарк (два трамплина с уклоном 30°). На вершину отдыхающих доставляют четыре буксировочно-канатные дороги длиной от 400 до 1 000 м и три детских подъемника — для обучения катанию на склонах длиной 200 м. На базе имеется кафе и бар, есть прокат горнолыжного инвентаря, в котором более 200 пар горных лыж.

#### **Задание по кейсу:**

- 1) Предложите маркетинговые стратегии, которые могут составить основу развития г. Байкальск, используя методику SWOT- анализа.
- 2) Как, на Ваш взгляд, правильно позиционировать данную территорию?

### **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

#### **а) основная литература**

1. Семилетова Я.И. Маркетинг территорий [Электронный ресурс]: учеб.пособие - СПб: СПбГАУ, 2018. - 129 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=416922>
2. Чечулин А.В. Маркетинг территорий. Как города и страны привлекают туристов, новых жителей и бизнес / А.В. Чечулин – Санкт-Петербург: КАРО, 2021. - 144 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=395298>

#### **б) дополнительная литература**

1. Алешникова В.И. Введение в маркетинг территорий: учеб.пособие [Электронный ресурс] / В.И. Алешникова. - Москва: ИНФРА-М, 2023. - 272 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=418462>

#### **в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы**

- <http://www.urtp.ru/> Сайт журнала «Проблемы теории и практики управления»

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Для проведения лекционных и семинарских занятий по дисциплине используются специально оборудованные лекционные аудитории, оснащенные компьютером, проектором или ЖК-телевизором, акустической системой и микрофоном (при необходимости), а также доской. Для выполнения заданий для СРС студентам обеспечен доступ в интернет, а так же доступ к ресурсам электронной библиотеки ННГУ.

Применяется программное обеспечение: MSWindows, MicrosoftOffice.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление».

Автор: доцент кафедры МиГУ \_\_\_\_\_ Купцов А.В.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ профессор , д.э.н. С.Н.Яшин

Программа одобрена на заседании методической комиссии Института экономики и предпринимательства от «4» ноября 2022 года, протокол № 6.