

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ И. Т. ТРУБИЛИНА»

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ



Рабочая программа дисциплины

Маркетинг территорий

Направление подготовки
38.03.04 Государственное и муниципальное управление

Направленность
«Государственное и муниципальное управление»
(программа прикладного бакалавриата)

Уровень высшего образования
Бакалавриат

Форма обучения
очная, заочная

Краснодар
2019

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг территорий» разработана на основе ФГОС ВО 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление» (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 10 декабря 2014 г. № 1567.

Автор:
старший преподаватель

М.А. Булгаров

Рабочая программа обсуждена и рекомендована к утверждению решением кафедры государственного и муниципального управления от 15.04.2019 г., протокол № 34.

Заведующий кафедрой,
д-р экон. наук, профессор

Е.Н. Белкина

Рабочая программа одобрена на заседании методической комиссии факультета управления 16.04.2019 г., протокол № 4.

Председатель
методической комиссии
канд. экон. наук, доцент

М.А. Нестеренко

Руководитель
основной профессиональной
образовательной программы
д-р экон. наук, профессор

Е.Н. Белкина

1 Цель и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Маркетинг территорий» является формирование комплекса знаний об организационных, научных и методических основах комплекса маркетинговых задач применительно к территориям разного уровня и формирование навыков продвижения территорий, разработки стратегии позиционирования и развития территории, повышении ее конкурентоспособности.

Задачи дисциплины

- формирование умений находить организационно-управленческие решения на основе маркетингового анализа внутренних и внешних факторов развития территории;
- формирование навыков владения основами экономических знаний, умений использовать их при разработке стратегии развития территории;
- формирование знаний о современных методах государственного и муниципального управления, умений применять их при составлении долгосрочного плана развития страны, региона, города и сельских территорий;
- формирование способности участвовать в разработке и реализации проектов в области государственного и муниципального управления, в частности разработки стратегий развития территорий.

2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

ОПК-2 – способностью находить организационно-управленческие решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений;

ОК-3 способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;

ДПК-2 - способность использовать современные методы государственного и муниципального управления, обеспечивающие устойчивое развитие сельских территорий;

ПК-27 – способность участвовать в разработке и реализации проектов в области государственного и муниципального управления.

3 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

«Маркетинг территорий» является дисциплиной вариативной части ОПОП ВО подготовки обучающихся по направлению 38.03.04 Государственное и муниципальное управление, направленность «Государственное и муниципальное управление»

4 Объем дисциплины 108 часов, 3 зачетных единиц

| Виды учебной работы | Объем, часов | |
|---------------------------------------|--------------|---------|
| | Очная | Заочная |
| Контактная работа | 37 | 11 |
| в том числе: | | |
| — аудиторная по видам учебных занятий | 36 | 10 |
| — лекции | 18 | 4 |
| — практические | 18 | 6 |
| — внеаудиторная | 1 | 1 |
| — зачет | 1 | 1 |
| — экзамен | - | - |
| — защита курсовых работ (проектов) | - | - |
| Самостоятельная работа | 71 | 97 |
| в том числе: | | |
| — курсовая работа (проект)* | - | - |
| — прочие виды самостоятельной работы | 71 | 97 |
| Итого по дисциплине | 108/3 | 108/3 |

5 Содержание дисциплины

По итогам изучаемой дисциплины обучающиеся сдают зачет.

Дисциплина изучается на 3 курсе, в 6 семестре очной формы обучения, на 4 курсе, в 7 семестре заочной формы обучения.

Содержание и структура дисциплины по очной форме обучения

| № п/ п | Наименование темы с указанием основных вопросов | Формируемые компетенции | Семестр | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах) | | | |
|--------------|---|----------------------------|---------|--|--------------------------|--------------------------|-------------------------------|
| | | | | Лекции | Практическ ие занятия | Лабораторн ые занятия | Самостоите льная работа |
| 1 | Основы маркетинга территорий Сущность и разновидности территориального маркетинга. Субъекты маркетинга территорий, их цели, интересы. Инструменты маркетинга территорий | ОК- 3 | 6 | 2 | 2 | - | 8 |
| 2 | Стратегии маркетинга территорий Стратегии маркетинга территорий. Маркетинг имиджа. Маркетинг привлекательност и. Маркетинг инфраструктуры, аргументы функционировани я, перспективности, развития. Специфические средства продвижения территории. Маркетинг персонала, населения. | ОП К-2 | 6 | 2 | 2 | - | 8 |
| 3 | Основы маркетинг страны Имидж страны. Официальная | ОК- 3 | 6 | 2 | 2 | - | 8 |

| № п/ п | Наименование темы с указанием основных вопросов | Формируемые компетенции | Семестр | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах) | | | |
|--------------|---|----------------------------|---------|--|--------------------------|--------------------------|-------------------------------|
| | | | | Лекции | Практическ ие занятия | Лабораторн ые занятия | Самостоите льная работа |
| | символика. Роль личности в маркетинге страны. | | | | | | |
| 4 | Средства и технологии продвижения страны Создание привлекательного образа страны. Конкурентоспособность страны – технологии измерения и оценки. Инвестиционная привлекательность страны. Эффект страны происхождения. Подходы к выбору стратегии. | ОП К-2 | 6 | 2 | 2 | - | 8 |
| 5 | Основы маркетинга региона Внутренняя и внешняя маркетинговая среда региона. Группа планирования, факторы маркетинга, целевые рынки. Субъекты и цели регионального маркетинга. Информационная структура регионального маркетинга как процесса. | ОК-3 | 6 | 2 | 2 | - | 8 |
| 6 | Средства и технологии продвижения | ДП К-2 | 6 | 2 | 2 | - | 8 |

| № п/ п | Наименование темы с указанием основных вопросов | Формируемые компетенции | Семестр | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах) | | | |
|--------------|---|----------------------------|---------|--|--------------------------|--------------------------|-------------------------------|
| | | | | Лекции | Практическ ие занятия | Лабораторн ые занятия | Самостоите льная работа |
| | региона Позиционировани е региона. Оценка конкурентоспособ ности региона. Стратегия и тактика маркетинга. Реклама и другие маркетинговые коммуникации регионов. Особенности развития аграрного региона. | | | | | | |
| 7 | Основы маркетинга города Роль городов в системе территориальных образований. Специфика городского маркетинга. Индикаторы состояния городов. Рейтинги. Стоимость жизни в городах. | ПК- 27 | 6 | 2 | 2 | - | 8 |
| 8 | Средства и технологии продвижения города Аргументы функционировани я городов. Городской продукт, маркетинг коммунальных услуг. Аргументы развития городов. Городская | ПК- 27 | 6 | 2 | 2 | - | 8 |

| № п/ п | Наименование темы с указанием основных вопросов | Формируемые компетенции | Семестр | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах) | | | |
|--------------|--|----------------------------|---------|--|--------------------------|--------------------------|-------------------------------|
| | | | | Лекции | Практическ ие занятия | Лабораторн ые занятия | Самостоите льная работа |
| | символика. Городские награды. | | | | | | |
| 9 | Маркетинговые стратегии развития сельских территорий Набор ключевых компетенций. Разработка стратегии на основе системного анализа. Этапы составления стратегического плана. Постановка целей, SWOT-анализ, позиционирование , реализация. Типичные ошибки при выборе стратегии экономического развития сельских территорий. | ДП К-2 | 6 | 2 | 2 | - | 7 |
| Итого | | | | 18 | 18 | - | 71 |

Содержание и структура дисциплины по заочной форме обучения

| № п/ п | Наименование темы с указанием основных вопросов | Формируемые компетенции | Семестр | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах) | | | |
|--------------|---|----------------------------|---------|--|--------------------------|--------------------------|-------------------------------|
| | | | | Лекции | Практическ ие занятия | Лабораторн ые занятия | Самостоите льная работа |
| 1 | Основы маркетинга территорий Сущность и разновидности территориального маркетинга. | ОК- 3 | 7 | 0.25 | 1 | - | 12 |

| № п/ п | Наименование темы с указанием основных вопросов | Формируемые компетенции | Семестр | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах) | | | |
|--------------|--|----------------------------|---------|--|--------------------------|--------------------------|-------------------------------|
| | | | | Лекции | Практическ ие занятия | Лабораторн ые занятия | Самостоите льная работа |
| | Субъекты маркетинга территорий, их цели, интересы. Инструменты маркетинга территорий | | | | | | |
| 2 | Стратегии маркетинга территории Стратегии маркетинга территории. Маркетинг имиджа. Маркетинг привлекательности. Маркетинг инфраструктуры, аргументы функционирования, перспективности, развития. Специфические средства продвижения территории. Маркетинг персонала, населения. | ОП К-2 | 7 | 0.25 | 1 | - | 12 |
| 3 | Основы маркетинг страны Имидж страны. Официальная символика. Роль личности в маркетинге страны. | ОК-3 | 7 | 0.25 | 1 | - | 12 |
| 4 | Средства и технологии продвижения страны Создание привлекательного образа страны. Конкурентоспособность страны | ОП К-2 | 7 | 0.25 | 1 | - | 12 |

| № п/ п | Наименование темы с указанием основных вопросов | Формируемые компетенции | Семестр | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах) | | | |
|--------------|---|----------------------------|---------|--|--------------------------|--------------------------|-------------------------------|
| | | | | Лекции | Практическ ие занятия | Лабораторн ые занятия | Самостоите льная работа |
| | технологии измерения и оценки. Инвестиционная привлекательность страны. Эффект страны происхождения. Подходы к выбору стратегии. | | | | | | |
| 5 | Основы маркетинга региона Внутренняя и внешняя маркетинговая среда региона. Группа планирования, факторы маркетинга, целевые рынки. Субъекты и цели регионального маркетинга. Информационная структура регионального маркетинга как процесса. | ОК-3 | 7 | 0.25 | 0.5 | - | 12 |
| 6 | Средства и технологии продвижения региона Позиционирование региона. Оценка конкурентоспособности региона. Стратегия и тактика маркетинга. Реклама и другие маркетинговые коммуникации регионов. Особенности | ДП К-2 | 7 | 0.25 | 0.5 | - | 12 |

| № п/ п | Наименование темы с указанием основных вопросов | Формируемые компетенции | Семестр | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах) | | | |
|--------------|---|----------------------------|---------|--|--------------------------|--------------------------|-------------------------------|
| | | | | Лекции | Практическ ие занятия | Лабораторн ые занятия | Самостоите льная работа |
| | развития аграрного региона. | | | | | | |
| 7 | Основы маркетинга города Роль городов в системе территориальных образований. Специфика городского маркетинга. Индикаторы состояния городов. Рейтинги. Стоимость жизни в городах. | ПК-27 | 7 | 0.25 | 0.5 | - | 12 |
| 8 | Средства и технологии продвижения города Аргументы функционирования городов. Городской продукт, маркетинг коммунальных услуг. Аргументы развития городов. Городская символика. Городские награды. | ПК-27 | 7 | 0.25 | 0.5 | - | 13 |
| Итого | | | | 4 | 6 | - | 97 |

6 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Методические указания (для самостоятельной работы)

- Булгаров М.А. Методические рекомендации по проведению семинарских занятий и самостоятельной работы для обучающихся по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление, направленность «Государственное и муниципальное управление» (программа прикладного бакалавриата). – Краснодар, КГАУ,

2019. - [Электронный ресурс] – Режим доступа:
https://edu.kubsau.ru/file.php/119/MU_MT_po_sem_i_sam_rabote_510479_v1.PDF

2. Маркетинг территорий : метод. указания по выполнению контрольной работы для студентов факультета заочного обучения 38.03.04 Государственное и муниципальное управление, направленность «Государственное и муниципальное управление» (программа прикладного бакалавриата) / сост. М. А. Булгаров – Краснодар : КубГАУ, 2019. – 16 с.
https://edu.kubsau.ru/file.php/119/MU_MT_po_vyplenienju_kontrolnykh_dlja_zaochnikov_510478_v1.PD

7 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

7.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП ВО

| Номер семестра* | Этапы формирования и проверки уровня сформированности компетенций по дисциплинам, практикам в процессе освоения ОПОП ВО |
|--|---|
| ОК-3 способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности | |
| 1,2 | Экономическая теория |
| 3 | Статистика |
| 3 | Методы принятия управленческих решений |
| 3 | Государственные и муниципальные финансы |
| 4 | Бухгалтерский учет в бюджетных организациях |
| 4 | Основы маркетинга |
| 4 | Основы математического моделирования социально-экономических процессов |
| 5 | Информационные технологии в управлении |
| 5 | Экономика государственного и муниципального сектора |
| 6 | Государственное регулирование экономики |
| 6 | <i>Маркетинг территории</i> |
| 6 | Экономический анализ хозяйственной деятельности |
| 6 | Управленческий анализ в отраслях |
| 7 | Прогнозирование и планирование социально-экономического развития территории |
| 7 | Контроллинг в государственном и муниципальном управлении |
| 7 | Экономика предприятия |
| 7 | Государственные и муниципальные услуги |
| 7 | Коммуникационный менеджмент |
| 8 | Управление проектами |
| 8 | Бизнес-планирование |
| 8 | Управленческий консалтинг |

| | |
|--|---|
| Номер семестра* | Этапы формирования и проверки уровня сформированности компетенций по дисциплинам, практикам в процессе освоения ОПОП ВО |
| 8 | Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к защите и процедуру защиты |
| ОПК-2 – способностью находить организационно-управленческие решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений | |
| 1 | Основы технологии и управления отраслями в отрасли растениеводства |
| 1 | Управление отраслями агропромышленного комплекса (технические культуры) |
| 2 | Основы технологии и управления отраслями в отрасли животноводства |
| 2 | Государственное управление племенным животноводством |
| 3,4 | Теория управления |
| 3 | Методы принятия управленческих решений |
| 4 | Безопасность жизнедеятельности |
| 4 | Основы маркетинга |
| 5 | Система государственного управления |
| 6 | Принятие и исполнение государственных решений |
| 6 | <i>Маркетинг территорий</i> |
| 6 | Исследование социально-экономических и политических процессов |
| 6 | Этика и культура управления |
| 7 | Государственные и муниципальные услуги |
| 7 | Коммуникационный менеджмент |
| 8 | Муниципальный менеджмент |
| 8 | Стратегический менеджмент |
| 8 | Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к защите и процедуру защиты |
| ДПК-2 - способность использовать современные методы государственного и муниципального управления, обеспечивающие устойчивое развитие сельских территорий | |
| 6 | <i>Маркетинг территорий</i> |
| 7 | Региональное управление и территориальное планирование |
| 7 | Прогнозирование и планирование социально-экономического развития территории |
| 8 | Стратегический менеджмент |
| 8 | Муниципальный менеджмент |
| 8 | Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к защите и процедуру защиты |
| ПК-27 – способность участвовать в разработке и реализации проектов в области государственного и муниципального управления | |
| 3 | Государственные и муниципальные финансы |
| 3 | Территориальная организация населения |

| Номер семестра* | | Этапы формирования и проверки уровня сформированности компетенций по дисциплинам, практикам в процессе освоения ОПОП ВО |
|-----------------|--|---|
| 3 | | Экономическая география |
| 5 | | Экономика государственного и муниципального сектора |
| 6 | | Государственное регулирование экономики |
| 6 | | <i>Маркетинг территорий</i> |
| 6 | | Система муниципального управления |
| 6 | | Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в том числе технологическая практика) |
| 8 | | Демография |
| 8 | | Государственное управление и религия |
| 8 | | Философия управления |
| 8 | | Преддипломная практика |
| 8 | | Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к защите и процедуру защиты |

7.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

| Планируемые результаты освоения компетенции | Уровень освоения | | | | Оценочное средство |
|--|---|--|---|---|---|
| | неудовлетворительно (минимальный) | удовлетворительно (пороговый) | хорошо (средний) | отлично (высокий) | |
| ОК-3 способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности | | | | | |
| Знать: базовые экономические понятия, объективные основы функционирования экономики и поведения экономических агентов; условия функционирования национальной экономики, методы анализа и регулирования экономических явлений и | 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, без ошибок | Устный опрос, реферат, доклад, рубежная контрольная работа (для заочной формы обучения), вопросы и задания для зачета |

| Планируемые результаты освоения компетенции | Уровень освоения | | | | Оценочное средство |
|--|--|--|---|--|--------------------|
| | неудовлетворительно (минимальный) | удовлетворительно (пороговый) | хорошо (средний) | отлично (высокий) | |
| процессов | | | | | |
| Уметь: анализировать экономическую и финансовую информацию, необходимую для принятия обоснованных решений в профессиональной сфере; ориентироваться в способах применения информации экономического содержания в профессиональной деятельности | 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 с отдельным и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме | |
| Владеть: навыками поиска и анализа информации экономического содержания; методами анализа экономических процессов; технологией использования информации экономического содержания | При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки, имели место грубые ошибки | Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами | Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами | Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов | |

| Планируемые результаты освоения компетенции | Уровень освоения | | | | Оценочное средство |
|--|---|---|--|---|---|
| | неудовлетворительно (минимальный) | удовлетворительно (пороговый) | хорошо (средний) | отлично (высокий) | |
| при осуществлении профессиональной деятельности | | | | | |
| ОПК-2 – способностью находить организационно-управленческие решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений | | | | | |
| Знать: основные понятия, профессиональную терминологию в области принятия организационно-управленческих решений; общий процесс, технологии, принципы и методы принятия организационно-управленческих решений и оценки их последствий; основные критерии и ограничения выбора организационно-управленческих решений; формы ответственности за принятые организационно-управленческие решения. | 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, без ошибок | Устный опрос, реферат, доклад, рубежная контрольная работа (для заочной формы обучения), вопросы и задания для зачета |
| Уметь: анализировать внешнюю и внутреннюю среду социально-экономической системы, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на процесс принятия | При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в | Продемонстрированы основные умения, решены все типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания в | Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания в | Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельным и несущественными недочетами | |

| Планируемые результаты освоения компетенции | Уровень освоения | | | | Оценочное средство |
|---|---|---|---|--|---|
| | неудовлетворительно (минимальный) | удовлетворительно (пороговый) | хорошо (средний) | отлично (высокий) | |
| организационно-управленческих решений; обосновывать выбор принимаемых организационно-управленческих решений; анализировать принимаемые организационно-управленческие решения и оценивать их последствия; нести ответственность за принятые организационно-управленческие решения. | | полном объеме | объеме, но некоторые с недочетами | , выполнены все задания в полном объеме | |
| Владеть: навыками принятия организационно-управленческих решений в профессиональной сфере; методами и технологиями принятия организационно-управленческих решений; приемами выбора оптимальных организационно-управленческих решений; методами оценки их последствий и несения ответственности. | При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки, имели место грубые ошибки | Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами | Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами | Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов | |
| ДПК-2 - способность использовать современные методы государственного и муниципального управления, обеспечивающие устойчивое развитие сельских территорий | | | | | |
| Знать: систему регионального управления и | Уровень знаний ниже минимальных требований, имели место | Минимально допустимый уровень знаний, допущено | Уровень знаний в объеме, соответствующем программе | Уровень знаний в объеме, соответствующем | Устный опрос, реферат, доклад, рубежная |

| Планируемые результаты освоения компетенции | Уровень освоения | | | | Оценочное средство |
|---|---|---|---|----------------------------------|---|
| | неудовлетворительно (минимальный) | удовлетворительно (пороговый) | хорошо (средний) | отлично (высокий) | |
| территориального планирования, обеспечивающие устойчивое развитие сельских территорий; методы государственного и муниципального управления, обеспечивающие устойчивое развитие сельских территорий; основы маркетинга территорий; основы муниципального маркетинга. | грубые ошибки | много негрубых ошибок | подготовки, допущено несколько негрубых ошибок | программе подготовки, без ошибок | контрольная работа (для заочной формы обучения), вопросы и задания для зачета |
| Уметь: проводить оценку конкурентоспособности территорий; оценку качества управления муниципальными финансами Владеть: навыками применения маркетингового инструментария | При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме | Продемонстрированы 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 с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме | Имеется минимальный | Продемонстрированы |

| Планируемые результаты освоения компетенции | Уровень освоения | | | | Оценочное средство |
|--|---|---|---|---|--------------------|
| | неудовлетворительно (минимальный) | удовлетворительно (пороговый) | хорошо (средний) | отлично (высокий) | |
| ия в целях повышения устойчивости развития сельских поселений; навыками разработки стратегий организации управления отраслевыми комплексами на территории сельских муниципальных образований; навыками оценки профессиональной деятельности муниципальных служащих; инструментами и экономического регулирования регионального развития; навыками прогнозирования, стратегического планирования и программирования в системе управления территорией. | задач не продемонстрированы базовые навыки, имели место грубые ошибки | набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами | роверены базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами | навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов | |
| ПК-27 – иметь способность участвовать в разработке и реализации проектов в области государственного и муниципального управления | | | | | |
| Знать: | Уровень знаний | Минимально | Уровень | Уровень | Устный |

| Планируемые результаты освоения компетенции | Уровень освоения | | | | Оценочное средство |
|--|--|--|---|--|--|
| | неудовлетворительно (минимальный) | удовлетворительно (пороговый) | хорошо (средний) | отлично (высокий) | |
| основы проектной деятельности в области государственного и муниципального управления; современные технологии и региональные особенности разработки и реализации проектов в области государственного и муниципального управления. | ниже минимальных требований, имели место грубые ошибки | допустимый уровень знаний, допущено много негрубых ошибок | знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, допущено несколько негрубых ошибок | знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок | опрос, реферат, доклад, рубежная контрольная работа (для заочной формы обучения), вопросы и задания для зачета |
| Уметь: организовать процесс разработки и реализации проектов в области государственного и муниципального управления. | 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 с отдельным и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме | |
| Владеть: методами разработки и реализации проектов в сфере государственного и муниципального управления. | При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки, имели место грубые ошибки | Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами | Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами | Продемонстрированы навыки при решении нестандарт | |

| Планируемые результаты освоения компетенции | Уровень освоения | | | | Оценочное средство |
|---|-----------------------------------|-------------------------------|------------------|----------------------------------|--------------------|
| | неудовлетворительно (минимальный) | удовлетворительно (пороговый) | хорошо (средний) | отлично (высокий) | |
| | | | | ных задач без ошибок и недочетов | |

7.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП ВО

Устный опрос

Тема 1: Основы маркетинга территорий

1. Назовите основоположника маркетинга территорий.
2. Назовите российских ученых и практиков маркетинга территорий.
3. Перечислите разновидности маркетинга территорий и охарактеризуйте их.
4. Приведите классификацию субъектов маркетинга территорий.
5. Перечислите и опишите основные «рынки» потребителей территорий.
6. Опишите классификацию инструментов маркетинга территорий.

Тема 3: Основы маркетинга страны

1. Понятие маркетинга страны.
2. Что такое имидж применительно к стране.
3. Понятие и структура имиджа страны.
4. Опишите направления и технологии улучшения имиджа страны.
5. Как повысить узнаваемость символики государства.
6. Приведите описание роли личности руководителя в маркетинге страны.

Тема 5: Основы маркетинга региона

1. Понятие маркетинга территорий
2. Опишите отличительные особенности маркетинга региона
3. Назовите составляющие внутренней и внешней среды маркетинга региона.
4. Приведите классификацию субъектов маркетинга региона, их целей и интересов.
5. Назовите целевые рынки покупателей территории и охарактеризуйте каждый из них

Реферат

1. Темы рефератов

2. Стоимость жизни в городах
3. Особенности установления цены на территориальный продукт
4. Как зарабатывают на имидже страны
5. Способы повышения конкурентоспособности страны
6. Содержание маркетинга, его роль в экономике
7. Символы разных стран
8. Теории человеческих потребностей, их применение в маркетинге территорий
9. Распределение и продвижение территориального продукта
10. Роль личности в маркетинге страны
11. Управление развитием муниципального потребительского рынка в России
12. Конкурентоспособность и инвестиционная привлекательность региона
- 13.Как формировался имидж России.**
- 14.Концепция социально-этического маркетинга
- 15.Территориальный продукт
- 16.Территориальные аспекты маркетинговой деятельности
17. Внедрение территориального маркетинга на уровне муниципального района, сельских и городских поселений
- 18.Аргументы и стратегии маркетинга городов
- 19.Город и маркетинговые коммуникации
- 20.История развития маркетинга. Сфера применения
21. Основные факторы микро- и макро среды
- 22.Европеизация имиджа России
- 23.Имидж России на уровне современной бытовой психологии
- 24.Упрощенная схема пошагового процесса стратегического планирования развития города
- 25.Межрегиональная активность в России
- 26.Интернет маркетинг регионов

Темы докладов

1. Инвестиционный климат территории
2. Характеристика основных групп потребителей в территориальном маркетинге
3. Критерии выбора привлекательных рыночных сегментов в маркетинге территорий
4. Разработка деловых стратегий территории
5. Дифференциация территорий
6. Характеристика основных групп потребителей в территориальном маркетинге
7. Достоинства и недостатки различных методов сбора маркетинговой информации
8. Процесс формирования выборки

9. Правила составления анкеты
- 10.Процесс выбора территории как места проживания и (или) осуществления деятельности
- 11.Конкурентоспособность территории
- 12.Аргументы функционирования городов
- 13.Аргументы развития города

Рубежная контрольная работа (для заочной формы обучения)

Вариант 1

- 1 Какие основные задачи решает стратегическое планирование развития региона.
- 2 Сущность и разновидности территориального маркетинга.
- 3 Межрегиональные связи в условиях рынка.

Вариант 2

- 1 Конкурентоспособность региона.
- 2 Информация и индикаторы состояния и развития городов.
- 3 Матрица возможностей территории

Вариант 3

- 1 Понятие глобализации, мировых интеграционных процессов, роль России в них.
- 2 Маркетинг Краснодарского края.
- 3 Позиционирование региона

Вариант 4

- 1 Основные направления государственного регулирования устойчивого развития регионов.
- 2 Маркетинг Краснодара.
- 3 Маркетинг, его концепция и роль в рыночной экономике.

Вариант 5

- 1 Цикл стратегического планирования развития региона.
- 2 Маркетинг персонала.
- 3 Целевые группы потребителей территории

Вариант 6

- 1 Конкурентоспособность региона.
- 2 Маркетинг имиджа.
- 3 Виды имиджа территории

Вопросы и задания для проведения промежуточного контроля (зачета)

ОК-3 способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности

Вопросы к зачету

1. Региональный мониторинг, его организация в регионах России.
2. Факторы устойчивости экономики региона.
3. Понятие региональных «точек роста».
4. Конкурентоспособность страны.
5. Конкурентоспособность региона.
6. Конкурентоспособность города.
7. Позиционирование регионов.
8. Информация и индикаторы состояния и развития городов.
9. Технологии измерения и оценки конкурентоспособности страны
10. Роль городов и специфика городского маркетинга
11. Ведущие субъекты и цели маркетинга региона
12. Маркетинг человеческого капитала
13. Маркетинг интеллектуального капитала

Примерные тестовые задания для зачета

1. Конкурентоспособность маркетинга МО включает в себя
Уровень развития экономики города и сравнение его с другими
городами
Уровень инвестиционной деятельности
Уровень городского ресурсного потенциала
2. Что не является показателем конкурентоспособности города
Уровень качества жизни,
Уровень занятости,
Бизнес среда,
Производительность,
Высокая коррумпированность
3. Какие факторы по П Креслу определяют конкурентоспособность
города
Экономические детерминанты,
Социальные детерминанты,
Стратегические детерминанты
4. Что не относится к функциям муниципального маркетинга
Административная
Бюджетно - финансовая
Кадровая
Производственная

Информационная
Нет варианта

5. Какая стратегия маркетинга характерна для России
- Маркетинг имиджа
 - Маркетинг притягательности
 - Маркетинг инфраструктуры
 - Маркетинг населения, персонала

ОПК-2 – способностью находить организационно-управленческие решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений

Вопросы к зачету

1. Какие основные задачи решает стратегическое планирование развития региона.
2. В чем различие технологий стратегического планирования развития региона и города
3. Виды имиджа территории
4. SWOT-анализ территории
5. Матрица возможностей территории
6. Матрица угроз территории
7. Целевые группы потребителей территории
8. Понятие глобализации, мировых интеграционных процессов, роль России в них.
9. Задачи информатизации управления функционированием и развитием территории.
10. Маркетинг, его концепция и роль в рыночной экономике.
11. Цикл стратегического планирования развития региона.
12. Стадии стратегического планирования.
13. Инструменты маркетинга территорий
14. Роль личности в маркетинге страны
15. Межрегиональная активность в России
16. Аргументы и стратегии маркетинга городов
17. Город и маркетинговые коммуникации

Примерные тестовые задания для зачета

1. Чем определяется деловая привлекательность региона?
Эффективностью вывоза региональных ресурсов и использования ввозимых ресурсов внутри территории.
Соотношением уровней реального и нормативного потребления;
Развитостью конкуренции в регионе.

Уровнем валового регионального продукта на душу населения и его динамикой.

2. Какой показатель чаще всего используется для измерения деловой привлекательности региона?

Положение региона относительно других регионов, интересующих данного субъекта, по уровню качества жизни.

Отношение темпов роста регионального валового продукта к средним темпам его роста в целом в интересующем данного субъекта сообществе.

Отношение темпов роста душевого валового продукта в данном регионе к средним темпам его роста в целом в интересующем данного субъекта сообществе.

Отношение рыночной доли данного региона к доле ведущего конкурента в данном сегменте рынка по конкретному товару или товарной группе.

3. Относительная рыночная доля данного региона определяется как:

Степень знакомства товаров из данного региона в интересующем регион сообществе.

Доля (процент) продаж товара из данного региона в совокупном объеме рынка интересующего сообщества по конкретному товару или товарной группе.

Отношение темпов роста регионального валового продукта к темпам его роста в целом в интересующем регион сообществе.

Отношение рыночной доли данного региона к доле ведущего конкурента в данном сегменте рынка по конкретному товару или товарной группе.

4. Чем определяется деловая привлекательность региона?

Эффективностью вывоза региональных ресурсов и использования ввозимых ресурсов внутри территории.

Соотношением уровней реального и нормативного потребления;

Развитостью конкуренции в регионе.

Уровнем валового регионального продукта на душу населения и его динамикой.

5. Какой показатель чаще всего используется для измерения деловой привлекательности региона?

Положение региона относительно других регионов, интересующих данного субъекта, по уровню качества жизни.

Отношение темпов роста регионального валового продукта к средним темпам его роста в целом в интересующем данного субъекта сообществе.

Отношение темпов роста душевого валового продукта в данном регионе к средним темпам его роста в целом в интересующем данного субъекта сообществе.

Отношение рыночной доли данного региона к доле ведущего конкурента в данном сегменте рынка по конкретному товару или товарной группе.

6. Относительная рыночная доля данного региона определяется как:

Степень знакомства товаров из данного региона в интересующем регион сообществе.

Доля (процент) продаж товара из данного региона в совокупном объеме рынка интересующего сообщества по конкретному товару или товарной группе.

Отношение темпов роста регионального валового продукта к темпам его роста в целом в интересующем регион сообществе.

Отношение рыночной доли данного региона к доле ведущего конкурента в данном сегменте рынка по конкретному товару или товарной группе.

ДПК–2 - способность использовать современные методы государственного и муниципального управления, обеспечивающие устойчивое развитие сельских территорий

Вопросы к зачету

1. Управление межрегиональной маркетинговой информацией.
2. Система межрегиональных маркетинговых центров.
3. Межрегиональные связи в условиях рынка.
4. Позиционирование страны
5. Маркетинг Краснодара.
6. Позиционирование
7. Маркетинг имиджа.
8. Маркетинг привлекательности территорий.
9. Маркетинг инфраструктуры.
10. Территориальный продукт
11. Способы повышения конкурентоспособности страны
12. Инвестиционный климат территории
13. Характеристика основных групп потребителей в территориальном маркетинге
14. Дифференциация территорий

Примерные тестовые задания для зачета

1. Примером внутренних конкурентных преимуществ являются
Низкая арендная плата за помещения
Наличие на территории уникальных видов природного сырья
Низкая ставка налогов и сборов
Экологическая чистота

Особое место расположения территории

2. Чем специфична маркетинговая стратегия развития инфраструктуры территории?

Она ориентирована на развитие бизнес-процессов и повышение степени цивилизованности рыночных отношений на территории

Она практически совпадает со стратегией повышения притягательности территории, но более четко структурирована изнутри

Она сосредоточена на правовом, научно-консультационном и кадрово-организационном обеспечении бизнеса территории

Она сосредоточивается на пропаганде выгод инвестиций на территории

3. В чем заключается назначение интегрирующей функции маркетинга?

Нивелирование различий взглядов

В предупреждении конфликтов

В обеспечении успеха

В достижении целей

В анализе приоритетов

4. Что представляет собой маркетинг как хозяйственная концепция?

Исходный пункт

Знание потребностей

Знание потенциальных покупателей

Способ мышления

Знание потенциальных рынков

5. Что является исходным пунктом маркетинга как хозяйственной конкуренции, представляющей собой способ мышления?

Спрос на товары

Знание потребностей

Учет рынков

Реализация сбыта

Продвижение товаров

6. Назовите основной принцип деятельности предприятия, реализующего концепцию маркетинга

Самоокупаемость

Инвестирование

Развитие

Самофинансирование

Производить то, в чем нуждается покупатель

ПК-27 – иметь способность участвовать в разработке и реализации проектов в области государственного и муниципального управления

Вопросы к зачету

1. Что значит: преимущества региона, и как их можно создать.
2. Основные направления государственного регулирования устойчивого развития регионов.
3. Сущность и разновидности территориального маркетинга.
4. Маркетинг территорий и маркетинг на территории
5. Маркетинг населения
6. Маркетинг Краснодарского края
7. Позиционирование города
8. Позиционирование региона
9. Средства рекламы территории
10. Субъекты территории
11. Аргументы функционирования и аргументы развития территории
12. Реклама и другие коммуникации в маркетинге регионов
13. Бренды регионов
14. Стратегия и тактика маркетинга региона
15. Оценка конкурентоспособности региона

Примерные тестовые задания для зачета

1. Что такое территориальный маркетинг?

Это международный маркетинг, маркетинг во внешней торговле

Это маркетинг территорий и маркетинг на территориях

Это маркетинг, присущий данной территории и базирующийся на ее специфических чертах, особенностях

Это маркетинг в интересах территории и территориальных субъектов, осуществляемый как в ее пределах, так и за ее пределами

2. Что делает маркетинг территории?

Развивает рыночные отношения между субъектами внутри территории

Воздействует на отношения по поводу территории, имеющихся у нее ресурсов и возможностей воспроизведения ресурсов на территории

Определяет пределы территории, в которых она может быть привлекательна для ее посетителей и других заинтересованных лиц

Устанавливает рейтинги привлекательности территории для значимых субъектов рынка

3. Каковы основные объекты маркетинга территорий?

Товарная политика, маркетинговые коммуникации, ценовая политика, сбыт на различных территориях

Города, муниципальные образования

Товары и услуги, производимые фирмами, расположенными на территории

Страна, регионы, более локальные места

4. Чем отличается маркетинг имиджа территории от маркетинга ее привлекательности?

Маркетинг привлекательности популяризирует особые черты, гарантирующие преимущества в соперничестве территорий

Это одно и то же

Маркетинг имиджа пропагандирует уже созданные преимущества территории

Маркетинг имиджа территории требует больших усилий и затрат в сравнении с маркетингом ее привлекательности

5. Какие аргументы, использует маркетинг для характеристики уровня функционирования территорий?

Количество приезжающих туристов и стоимостный объем оказываемых им услуг

Потребительские характеристики жилищного фонда, коммунальных услуг, благоустройства

Потребительские характеристики жилищного фонда, коммунальных услуг, систем благоустройства и общего образования

Состояние и динамика благосостояния, производства, инфраструктуры

6. Какие аргументы использует маркетинг для характеристики развития территории?

Состояние и эксплуатация жилого фонда, дорог, благоустройства, коммунальных услуг

Выставочная, ярмарочная активность

Состояние и динамика благосостояния, производства, инфраструктуры, инвестиций

Динамика внутренних и внешних инвестиций

7.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Контроль освоения дисциплины и оценка знаний обучающихся производится в соответствии с Пл КубГАУ 2.5.1 «Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация обучающихся».

Реферат.

Реферат – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки, а также собственные взгляды на нее. Рекомендуется для оценки знаний и умений обучающихся. Его задачами являются:

1. формирование умений самостоятельной работы студентов с источниками литературы, их систематизация;

2. развитие навыков логического мышления;
3. углубление теоретических знаний по проблеме исследования.

Текст реферата должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Реферат должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основная часть, заключение, список используемых источников. В зависимости от тематики реферата к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т.д.

Критериями оценки реферата являются: новизна текста, обоснованность выбора источников литературы, степень раскрытия сущности вопроса, соблюдения требований к оформлению.

Оценка «отлично» ставится, если выполнены все требования к написанию реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность; сделан анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция; сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём; соблюдены требования к внешнему оформлению.

Оценка «хорошо» – основные требования к реферату выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении.

Оценка «удовлетворительно» – имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата; отсутствуют выводы.

Оценка «неудовлетворительно» – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы или реферат не представлен вовсе.

Устный опрос

Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемыми дисциплинами, позволяет определить объем знаний обучающегося по определенному разделу.

Рекомендуется для оценки знаний обучающихся.

Критерии оценки знаний обучаемых при проведении опроса.

Оценка «отлично» выставляется за полный ответ на поставленный вопрос с включением в содержание ответа лекции, материалов учебников, дополнительной литературы без наводящих вопросов.

Оценка «хорошо» выставляется за полный ответ на поставленный вопрос в объеме лекции с включением в содержание ответа материалов учебников с четкими положительными ответами на наводящие вопросы преподавателя.

Оценка «удовлетворительно» выставляется за ответ, в котором озвучено более половины требуемого материала, с положительным ответом на большую часть наводящих вопросов.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется за ответ, в котором озвучено менее половины требуемого материала или не озвучено главное в содержании вопроса с отрицательными ответами на наводящие вопросы или студент отказался от ответа без предварительного объяснения уважительных причин.

Доклад.

Доклад – это письменное или устное сообщение, на основе совокупности ранее опубликованных исследовательских, научных работ или разработок, по соответствующей отрасли научных знаний, имеющих большое значение для теории науки и практического применения, представляет собой обобщенное изложение результатов проведенных исследований, экспериментов и разработок, известных широкому кругу специалистов в отрасли научных знаний. Сопровождается презентацией материала.

Цель подготовки доклада:

- сформировать научно-исследовательские навыки и умения у обучающегося;
- способствовать овладению методами научного познания;
- освоить навыки публичного выступления;
- научиться критически мыслить.

Текст доклада должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад должен быть структурирован и включать введение, основную часть, заключение.

Критерии оценки знаний обучающихся при выступлении с докладом

| Показатель | Градация | Баллы |
|--|--|-------------|
| Соответствие доклада заявленной теме, цели и задачам проекта | соответствует полностью есть несоответствия (отступления) в основном не соответствует | 2 1 0 |
| Структурированность (организация) доклада, которая обеспечивает понимание его содержания | структурировано, обеспечивает структурировано, не обеспечивает не структурировано, не обеспечивает | 2 1 0 |
| Культура выступления – чтение с листа или рассказ, обращённый к аудитории | рассказ без обращения к тексту рассказ с обращением тексту чтение с листа | 2 1 0 |
| Доступность доклада о содержании проекта, его целях, задачах, методах и результатах | доступно без уточняющих вопросов доступно с уточняющими вопросами недоступно с уточняющими вопросами | 2 1 0 |
| Целесообразность, инструментальность наглядности, уровень её использования | целесообразна целесообразность сомнительна не целесообразна | 2 1 0 |
| Соблюдение временного регламента доклада (не более 7 минут) | соблюден (не превышен) превышение без замечания превышение с замечанием | 2 1 0 |
| Чёткость и полнота ответов на дополнительные вопросы по существу доклада | все ответы чёткие, полные некоторые ответы нечёткие все ответы нечёткие/неполные | 2 1 0 |
| Владение специальной терминологией по теме проекта, использованной в докладе | владеет свободно иногда был неточен, ошибался не владеет | 2 1 0 |
| Культура дискуссии – умение понять собеседника и аргументировано ответить на его вопросы | ответил на все вопросы ответил на большую часть вопросов не ответил на большую часть вопросов | 2 1 0 |

Шкала оценки знаний обучающихся при выступлении с докладом:

Оценка «отлично» – 15-18 баллов.

Оценка «хорошо» – 13-14 баллов.

Оценка «удовлетворительно» – 9-12 баллов.

Оценка «неудовлетворительно» – 0-8 баллов.

Рубежная контрольная работа (для заочной формы обучения).

Контрольная работа по дисциплине обучающимся заочной формы обучения выполняется после установочной сессии в виде письменного ответа на указанные в индивидуальном задании вопросы, отражающие содержание разделов дисциплины.

Вариант задания для студентов заочной формы обучения определяется по первой букве фамилии и последней цифре зачетной книжки с помощью таблицы, приведенной в методических указаниях.

Критерии оценки

Оценка «отлично» выставляется студенту, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания в ответах на все вопросы контрольной работы, который изучил основную, умеет свободно и правильно аргументировать принятые решения, ознакомился с дополнительной литературой учебной программы дисциплины и приводит ее в списке использованных источников.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его в ответах на вопросы контрольной работы, но допускает в ответах некоторые неточности, изучил основную литературу учебной программы дисциплины и приводит ее в списке использованных источников.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом владеет основными понятиями выносимых на контрольную работу, знаком с основной литературой учебной программы дисциплины и приводит ее в списке использованных источников.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает большей части основного содержания выносимых на контрольную работу вопросов раздела дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий, незнаком с основной литературой учебной программы дисциплины.

Вопросы и задания для проведения зачета

Рекомендуется для оценки знаний, умений и навыков обучающихся.

Критерии оценки знаний обучающихся на зачете.

Оценка «зачтено» должна соответствовать параметрам любой из положительных оценок («отлично», «хорошо», «удовлетворительно»), а «незачтено» – параметрам оценки «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, который обладает всесторонними, систематизированными и глубокими знаниями материала учебной программы, умеет свободно выполнять задания, предусмотренные учебной программой, усвоил основную и ознакомился с дополнительной литературой, рекомендованной учебной программой. Как правило, оценка «отлично» выставляется обучающемуся усвоившему взаимосвязь основных положений и понятий дисциплины в их значении для приобретаемой специальности, проявившему творческие способности в понимании, изложении и использовании учебного материала, правильно обосновывающему принятые решения, владеющему разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, обнаружившему полное знание материала учебной программы, успешно выполнившему предусмотренные учебной

программой задания, усвоившему материал основной литературы, рекомендованной учебной программой. Как правило, оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, показавшему систематизированный характер знаний по дисциплине, способному к самостоятельному пополнению знаний в ходе дальнейшей учебной и профессиональной деятельности, правильно применяющему теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеющему необходимыми навыками и приемами выполнения практических работ.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, который показал знание основного материала учебной программы в объеме, достаточном и необходимым для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, справился с выполнением заданий, предусмотренных учебной программой, знаком с основной литературой, рекомендованной учебной программой. Как правило, оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, допустившему погрешности в ответах на экзамене или выполнении экзаменационных заданий, но обладающему необходимыми знаниями под руководством преподавателя для устранения этих погрешностей, нарушающему последовательность в изложении учебного материала и испытывающему затруднения при выполнении практических работ.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, не знающему основной части материала учебной программы, допускающему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных учебной программой заданий, неуверенно с большими затруднениями выполняющему практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не может продолжить обучение или приступить к деятельности по специальности по окончании университета без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

8 Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная учебная литература

1. Сачук, Т. В. Территориальный маркетинг: теория и практика : учебник / Т.В. Сачук. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 583 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/24423. - ISBN 978-5-16-012156-7. — Текст : электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1031499>

2. Арженовский, И. В. Маркетинг регионов : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям «Менеджмент» и «Экономика» / И. В. Арженовский. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 135 с. — ISBN 978-5-238-02219-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81791.html>

3. Афонасова М.А. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / М.А. Афонасова. — Электрон. текстовые данные. — Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2015. — 106 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72119.html>

Дополнительная учебная литература

1. Морозов, Ю. В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности / Морозов Ю.В., Гришина В.Т., - 9-е изд. - Москва :Дашков и К, 2018. - 448 с.: ISBN 978-5-394-02263-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/415400>

9 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Перечень ЭБС

| № | Наименование | Тематика | Ссылка |
|---|-------------------------------|---------------|---|
| 1 | Znanium.com | Универсальная | https://znanium.com/ |
| 2 | IPRbook | Универсальная | http://www.iprbookshop.ru/ |
| 3 | Образовательный портал КубГАУ | Универсальная | https://edu.kubsau.ru/ |

Перечень интернет-сайтов:

Официальный сайт «Росстата». Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.gks.ru>

Официальный сайт Каталог сайтов периодических изданий, электронные версии журналов <http://www.library.ru/2/catalogs/periodical/?sec=48>:

10 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

1. Булгаров М.А. Методические рекомендации по проведению семинарских занятий и самостоятельной работы для обучающихся по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление, направленность «Государственное и муниципальное управление» (программа прикладного бакалавриата). – Краснодар, КГАУ, 2019. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://edu.kubsau.ru/file.php/119/MU_MT_po_sem_i_sam_rabote_510479_v1.PDF

2. Маркетинг территорий : метод. указания по выполнению контрольной работы для студентов факультета заочного обучения 38.03.04 Государственное и муниципальное управление, направленность «Государственное и муниципальное управление» (программа прикладного бакалавриата) / сост. М. А. Булгаров – Краснодар : КубГАУ, 2019. – 16 с. https://edu.kubsau.ru/file.php/119/MU_MT_po_vypleniju_kontrolnykh_dlja_zachochnikov_510478_v1.PD

11 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине позволяют: обеспечить взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействие посредством сети «Интернет»; фиксировать ход образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации по дисциплине и результатов освоения образовательной программы; организовать процесс образования путем визуализации изучаемой информации посредством использования презентационных технологий; контролировать результаты обучения на основе компьютерного тестирования.

11.1 Перечень лицензионного ПО

| № | Наименование | Краткое описание |
|----------|---|--------------------------|
| 1 | Microsoft Windows | Операционная система |
| 2 | Microsoft Office (включает Word, Excel, PowerPoint) | Пакет офисных приложений |

11.2 Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

| № | Наименование | Тематика | Электронный адрес |
|----------|---|-----------------|---|
| 1 | Научная электронная библиотека eLibrary | Универсальная | https://elibrary.ru/ |
| 2 | Гарант | Правовая | https://www.garant.ru/ |
| 3 | КонсультантПлюс | Правовая | https://www.consultant.ru/ |

12 Материально-техническое обеспечение для обучения по дисциплине

Планируемые помещения для проведения всех видов учебной деятельности.

| | | | |
|--------------|---|---|--|
| № п/п | Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной | Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения | Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае |
|--------------|---|---|--|

| | программы | | реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор) |
|----|----------------------|---|--|
| 1. | Маркетинг территорий | <p>Помещение №513 ЭЛ, посадочных мест — 40; площадь — 47кв.м.; учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.</p> <p>сплит-система — 1 шт.;</p> <p>специализированная мебель (учебная доска, учебная мебель);</p> <p>технические средства обучения, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий (ноутбук, проектор, экран);</p> <p>программное обеспечение: Windows, Office;</p> <p>Помещение №506 ЭЛ, посадочных мест — 30; площадь — 42,2кв.м.; учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.</p> <p>специализированная мебель (учебная доска, учебная мебель);</p> <p>технические средства обучения, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий (ноутбук, проектор, экран);</p> <p>программное обеспечение: Windows, Office.</p> <p>Помещение №410 ЭЛ, посадочных мест — 147; площадь — 106,1кв.м.; учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.</p> <p>сплит-система — 2 шт.;</p> <p>специализированная мебель (учебная доска, учебная мебель);</p> <p>технические средства обучения, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий (ноутбук, проектор, экран);</p> <p>программное обеспечение: Windows, Office;</p> <p>Помещение №226 ГУК, посадочных мест — 16; площадь — 35,9кв.м.; помещение для самостоятельной работы.</p> <p>технические средства обучения (компьютер персональный — 13 шт.);</p> | 350044, Краснодарский край, г. Краснодар, ул. им. Калинина, 13 |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | <p>доступ к сети «Интернет»; доступ в электронную информационно-образовательную среду университета; специализированная мебель (учебная мебель). Программное обеспечение: Windows, Office, специализированное лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, предусмотренное в рабочей программе</p> <p>Помещение №511 ЭЛ, площадь — 42,3кв.м.; помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.</p> | |
|--|--|--|--|