

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

Факультет управления  
Экономической теории  
Государственного и муниципального управления



УТВЕРЖДЕНО  
Декан  
Кудряков В.Г.  
протокол от 28.04.2025 № 8

# РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) «МАРКЕТИНГ ТЕРРИТОРИЙ»

## Уровень высшего образования: бакалавриат

Направление подготовки: 38.03.04 Государственное и муниципальное управление

Направленность (профиль) подготовки: Управление регионом, городскими и сельскими территориями

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

## Формы обучения: очная, очно-заочная

Год набора (приема на обучение): 2025

Объем: в зачетных единицах: 2 з.е.  
в академических часах: 72 ак.ч.

2025

**Разработчики:**

Старший преподаватель, кафедра государственного и муниципального управления Булгаров М.А.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление, утвержденного приказом Минобрнауки от 13.08.2020 № 1016

**Согласование и утверждение**

№	Подразделение или коллегиальный орган	Ответственное лицо	ФИО	Виза	Дата, протокол (при наличии)

## **1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)**

Цель освоения дисциплины - 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 изучения 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 способности участвовать в разработке и реализации проектов в области государственного и муниципального управления, в частности разработки стратегий развития территорий.

## **2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

*Компетенции, индикаторы и результаты обучения*

ПК-П7 Способен владеть навыками сбора, обработки информации и участия в информатизации деятельности органов государственной власти и местного самоуправления

ПК-П7.1 Знает основы, специфику и методы сбора, обработки информации; основы информатизации деятельности органов власти

*Знать:*

ПК-П7.1/Зн1 Знает методы сбора и обработки маркетинговой информации

ПК-П7.1/Зн2 Основы, специфики и методы сбора, обработки информации; основы и способы участия в информатизации деятельности органов власти

*Уметь:*

ПК-П7.1/Ум1 Умеет выбирать метод сбора маркетинговой информации для исследования

ПК-П7.1/Ум2 Выбирать метод сбора информации с учетом специфики деятельности органа власти

*Владеть:*

ПК-П7.1/Нв1 Владеет методикой обработки первичной маркетинговой информации

ПК-П7.1/Нв2 Сбора, обработки информации, участия в информатизации деятельности соответствующих органов власти

ПК-П7.2 Демонстрирует умение собирать, обрабатывать информацию и участвовать в информатизации деятельности соответствующих органов власти

*Знать:*

ПК-П7.2/Зн1 Специфики и методов сбора, обработки информации

*Уметь:*

ПК-П7.2/Ум1 Применять методы сбора, обработки информации в деятельности органов власти

*Владеть:*

ПК-П7.2/Нв1 Сбора, обработки, интерпретации информации, участия в информатизации деятельности органов власти

ПК-П7.3 Применяет современные методы исследования общественных процессов в различных отраслях и сферах

*Знать:*

ПК-П7.3/Зн1 Знает современные методы исследования общественных процессов в маркетинге

ПК-П7.3/Зн2 Видов методов и технологий их применения в исследовании общественных процессов в различных отраслях и сферах

*Уметь:*

ПК-П7.3/Ум1 Умеет выбирать метод исследования общественных процессов в маркетинге

ПК-П7.3/Ум2 Выбрать метод исследования общественных процессов в различных отраслях и сферах

*Владеть:*

ПК-П7.3/Нв1 Способен выбрать и применить методы исследования общественных процессов в маркетинге

ПК-П7.3/Нв2 Исследования общественных процессов в различных отраслях и сферах с применением различных методов получения первичной информации

ПК-П10 Способен определять приоритеты профессиональной деятельности, находить организационно-управленческие решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений

ПК-П10.1 Выделяет приоритетные направления деятельности, адекватные целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органов публичной власти

*Знать:*

ПК-П10.1/Зн1 Приоритетные направления деятельности, адекватные целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органов публичной власти

ПК-П10.1/Зн2 Знает приоритетные направления социально-экономического развития органов публичного управления муниципального уровня

*Уметь:*

ПК-П10.1/Ум1 Выделять приоритетные направления деятельности, адекватные целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органов публичной власти

ПК-П10.1/Ум2 Умеет выбирать и обосновывать направления социально-экономического развития муниципального образования

*Владеть:*

ПК-П10.1/Нв1 Демонстрирует умения разрабатывать и принимать управленческие решения в соответствии с целями и намеченными результатами

ПК-П10.1/Нв2 Приоритетными направлениями деятельности, адекватные целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органов публичной власти

ПК-П10.1/Нв3 Владеет навыками оценки, прогнозирования и планирования социально-экономического развития муниципального образования

ПК-П10.2 Демонстрирует умения разрабатывать и принимать управленческие решения в соответствии с целями и намеченными результатами.

*Знать:*

ПК-П10.2/Зн1 Методы разработки и принятия управленческих решений в соответствии с целями и намеченными результатами

ПК-П10.2/Зн2 Инструменты и технологии финансового обоснования управлеченческих решений в соответствии с целями и намеченными результатами

ПК-П10.2/Зн3 Знает инструменты и методы разработки и принятия управлеченческих решений в современных условиях развития экономики

ПК-П10.2/Зн4 Знает методы разработки и принятия управлеченческих решений в соответствии с целями социально-экономического развития муниципального образования

*Уметь:*

ПК-П10.2/Ум1 Демонстрировать умения разрабатывать и принимать управлеченческие решения в соответствии с целями и намеченными результатами

ПК-П10.2/Ум2 Оценивать результаты и последствия принятого управлеченческого решения с позиции финансовых показателей организации

ПК-П10.2/Ум3 Умеет разрабатывать и принимать управлеченческие решения в современных условиях развития экономики

ПК-П10.2/Ум4 Умеет разрабатывать и принимать решения в соответствии с целями социально-экономического развития муниципального образования

*Владеть:*

ПК-П10.2/Нв1 Демонстрирует умения разрабатывать и принимать управлеченческие решения в соответствии с целями и намеченными результатами

ПК-П10.2/Нв2 Механизмами разработки и принятия управлеченческих решений в соответствии с целями и намеченными результатами

ПК-П10.2/Нв3 Технологиями финансового анализа результатов управлеченческих решений в связи с целями и намеченными результатами

ПК-П10.2/Нв4 Владеет навыками разработки управлеченческих решений в сфере публичного управления в соответствии с целями и задачами социально-экономического развития муниципального образования

### 3. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина (модуль) «Маркетинг территорий» относится к формируемой участниками образовательных отношений части образовательной программы и изучается в семестре(ах):  
Очная форма обучения - 6, Очно-заочная форма обучения - 6.

В процессе изучения дисциплины студент готовится к решению типов задач профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС ВО и образовательной программой.

### 4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

*Очная форма обучения*

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Внеаудиторная контактная работа (часы)	Зачет (часы)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
Шестой семестр	72	2	33	1		18	14	39	Зачет
Всего	72	2	33	1		18	14	39	

*Очно-заочная форма обучения*

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Внеаудиторная контактная работа (часы)	Зачет (часы)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
Шестой семестр	72	2	15	1		6	8	57	Зачет
Всего	72	2	15	1		6	8	57	

**5. Содержание дисциплины (модуля)**

**5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий**  
(часы промежуточной аттестации не указываются)

*Очная форма обучения*

Наименование раздела, темы	Всего	Внеаудиторная контактная работа	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения, соотнесенные с результатами освоения программы
<b>Раздел 1. Основы маркетинга территорий</b>	<b>15</b>		<b>4</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	ПК-П7.1 ПК-П7.2 ПК-П7.3 ПК-П10.1 ПК-П10.2
Тема 1.1. Основы маркетинга территорий	7		2	2	3	
Тема 1.2. Стратегии маркетинга территорий	8		2	2	4	
<b>Раздел 2. Уровни и направления маркетинга территорий</b>	<b>56</b>		<b>14</b>	<b>10</b>	<b>32</b>	ПК-П7.1 ПК-П7.2 ПК-П7.3 ПК-П10.1 ПК-П10.2
Тема 2.1. Основы маркетинга страны	8		2	2	4	
Тема 2.2. Средства и технологии продвижения страны	8		2	2	4	
Тема 2.3. Основы маркетинга региона	7		2	1	4	
Тема 2.4. Средства и технологии продвижения региона	7		2	1	4	
Тема 2.5. Основы маркетинга города	6		2	1	3	

Тема 2.6. Средства и технологии продвижения города	8		2	1	5	
Тема 2.7. Маркетинговые стратегии развития сельских территорий	12		2	2	8	
<b>Раздел 3. Промежуточная аттестация</b>	<b>1</b>	<b>1</b>				ПК-П7.1 ПК-П7.2 ПК-П7.3 ПК-П10.1 ПК-П10.2
Тема 3.1. Зачет	1	1				
<b>Итого</b>	<b>72</b>	<b>1</b>	<b>18</b>	<b>14</b>	<b>39</b>	

*Очно-заочная форма обучения*

Наименование раздела, темы	Всего	Внедаудиторная контактная работа	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения, соотнесенные с результатами освоения программы
<b>Раздел 1. Основы маркетинга территорий</b>	<b>18</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	<b>14</b>	ПК-П7.1 ПК-П7.2 ПК-П7.3 ПК-П10.1 ПК-П10.2
Тема 1.1. Основы маркетинга территорий	9		1	1	7	
Тема 1.2. Стратегии маркетинга территорий	9		1	1	7	
<b>Раздел 2. Уровни и направления маркетинга территорий</b>	<b>53</b>		<b>4</b>	<b>6</b>	<b>43</b>	ПК-П7.1 ПК-П7.2 ПК-П7.3 ПК-П10.1 ПК-П10.2
Тема 2.1. Основы маркетинга страны	8,5		1	0,5	7	
Тема 2.2. Средства и технологии продвижения страны	8		0,5	0,5	7	
Тема 2.3. Основы маркетинга региона	8,5		0,5	1	7	
Тема 2.4. Средства и технологии продвижения региона	8,5		0,5	1	7	
Тема 2.5. Основы маркетинга города	8,5		0,5	1	7	
Тема 2.6. Средства и технологии продвижения города	7,5		0,5	1	6	
Тема 2.7. Маркетинговые стратегии развития сельских территорий	3,5		0,5	1	2	
<b>Раздел 3. Промежуточная аттестация</b>	<b>1</b>	<b>1</b>				ПК-П7.1 ПК-П7.2 ПК-П7.3 ПК-П10.1 ПК-П10.2

Тема 3.1. Зачет	1	1				11К-117.3
<b>Итого</b>	<b>72</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>57</b>	ПК-П10.1 ПК-П10.2

## 5.2. Содержание разделов, тем дисциплин

### Раздел 1. Основы маркетинга территорий

(Очная: Лекционные занятия - 4ч.; Практические занятия - 4ч.; Самостоятельная работа - 7ч.; Очно-заочная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 14ч.)

#### Тема 1.1. Основы маркетинга территорий

(Очная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 3ч.; Очно-заочная: Лекционные занятия - 1ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 7ч.)

- 1 Сущность и разновидности территориального маркетинга.
- 2 Субъекты маркетинга территорий, их цели, интересы.
- 3 Инструменты маркетинга территорий

#### Тема 1.2. Стратегии маркетинга территорий

(Очная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 4ч.; Очно-заочная: Лекционные занятия - 1ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 7ч.)

1. Маркетинг имиджа.
- 2 Маркетинг привлекательности.
- 3 Маркетинг инфраструктуры, аргументы функционирования, перспективности, развития. Специфические средства продвижения территории.
- 4 Маркетинг персонала, населения.

### Раздел 2. Уровни и направления маркетинга территорий

(Очная: Лекционные занятия - 14ч.; Практические занятия - 10ч.; Самостоятельная работа - 32ч.; Очно-заочная: Лекционные занятия - 4ч.; Практические занятия - 6ч.; Самостоятельная работа - 43ч.)

#### Тема 2.1. Основы маркетинга страны

(Очная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 4ч.; Очно-заочная: Лекционные занятия - 1ч.; Практические занятия - 0,5ч.; Самостоятельная работа - 7ч.)

- 1 Имидж страны.
- 2 Официальная символика.
- 3 Роль личности в маркетинге страны.

#### Тема 2.2. Средства и технологии продвижения страны

(Очная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 4ч.; Очно-заочная: Лекционные занятия - 0,5ч.; Практические занятия - 0,5ч.; Самостоятельная работа - 7ч.)

- 1 Создание привлекательного образа страны.
- 2 Конкурентоспособность страны – технологии измерения и оценки.
- 3 Инвестиционная привлекательность страны. Эффект страны происхождения.
- 4 Подходы к выбору стратегии.

### *Тема 2.3. Основы маркетинга региона*

*(Очная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 4ч.; Очно-заочная: Лекционные занятия - 0,5ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 7ч.)*

- 1 Внутренняя и внешняя маркетинговая среда региона.
- 2 Группа планирования, факторы маркетинга, целевые рынки.
- 3 Субъекты и цели регионального маркетинга.
- 4 Информационная структура регионального маркетинга как процесса.

### *Тема 2.4. Средства и технологии продвижения региона*

*(Очная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 4ч.; Очно-заочная: Лекционные занятия - 0,5ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 7ч.)*

- 1 Позиционирование региона.
- 2 Оценка конкурентоспособности региона.
- 3 Стратегия и тактика маркетинга.
- 4 Реклама и другие маркетинговые коммуникации регионов.
- 5 Особенности развития аграрного региона.

### *Тема 2.5. Основы маркетинга города*

*(Очная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 3ч.; Очно-заочная: Лекционные занятия - 0,5ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 7ч.)*

- 1 Роль городов в системе территориальных образований.
- 2 Специфика городского маркетинга.
- 3 Индикаторы состояния городов.
- 4 Рейтинги. Стоимость жизни в городах.

### *Тема 2.6. Средства и технологии продвижения города*

*(Очная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 5ч.; Очно-заочная: Лекционные занятия - 0,5ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 6ч.)*

- 1 Аргументы функционирования городов.
- 2 Городской продукт, маркетинг коммунальных услуг.
- 3 Аргументы развития городов.
- 4 Городская символика. Городские награды.

### *Тема 2.7. Маркетинговые стратегии развития сельских территорий*

*(Очная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 8ч.; Очно-заочная: Лекционные занятия - 0,5ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 2ч.)*

- 1 Набор ключевых компетенций.
- 2 Разработка стратегии на основе системного анализа. Этапы составления стратегического плана.
- 3 Постановка целей, SWOT-анализ, позиционирование, реализация.
- 4 Типичные ошибки при выборе стратегии экономического развития сельских территорий.

### **Раздел 3. Промежуточная аттестация**

*(Очная: Внеаудиторная контактная работа - 1ч.; Очно-заочная: Внеаудиторная контактная работа - 1ч.)*

#### *Тема 3.1. Зачет*

*(Очная: Внеаудиторная контактная работа - 1ч.; Очно-заочная: Внеаудиторная контактная работа - 1ч.)*

Промежуточная аттестация в виде зачета

## **6. Оценочные материалы текущего контроля**

### **Раздел 1. Основы маркетинга территории**

*Форма контроля/оценочное средство: Задача*

*Вопросы/Задания:*

#### **1. Прочитайте текст и установите последовательность**

Установите в правильной последовательности уровни маркетинга территорий по убыванию  
1 муниципальный  
2 страны  
3 региональный  
4 международный

#### **2. Прочитайте текст и установите соответсвия**

Установите соответствие концепции управления предприятием и объекта ее внимания (сопоставьте правый и левый столбцы).

Концепция	Объект внимания
1. Концепция социально-этического маркетинга	а) Нужды, потребности, интересы акционеров
2. Концепция стоимостного маркетинга	б) Издержки производства
3. Концепция интегрированного маркетинга общества	в) Нужды, потребности, интересы общества
4. Концепция совершенствования производства	г) Качество товаров и услуг
	д) Нужды и потребности потребителей

#### **3. Прочитайте текст и установите соответсвия**

Сопоставьте задачи различных видов территориального маркетинга с его названием

Название вида маркетинга	Основные задачи
1 Маркетинг имиджа	а) Повышение
притягательности региона для бизнеса, а следовательно, развитие и потенциала инфраструктуры, её правовое, научно-техническое, кадрово-организационное обеспечение	б) Обеспечение
2) Маркетинг привлекательности	
привлекательности региона для жителей и приезжих	

- 3) Маркетинг инфраструктуры притягательности данного региона для человека (местных жителей, инвесторов). Развитие определенных черт, гарантирующих конкуренции с другими регионами и распространение в целевых группах информации об уникальных особенностях региона
- 4) Маркетинг населения распространение общепризнанного, положительного образа региона поэтапной реализации достижения приоритетных показателей

в) Повышение туристов, преимущества в широких кругах

г) Создание и

д) разработка стратегии

#### 4. Кейс-задание

Территория обладает чересчур привлекательным имиджем, что существенно увеличивает миграционные потоки, нагрузку на инфраструктуру территории, создает дискомфорт для постоянного населения территории.

Перечислите мероприятия необходимые для решения сложившейся ситуации

#### 5. Задача

Для достижения потенциального ВВП, равного 4200 млрд. р. правительство в текущем году увеличило государственные закупки на 100 млрд.р., а трансферты на 40 млрд. р. Предельная склонность к сбережению составляет 0,25. Определить фактический ВВП прошлого года.

Трансферты составляют часть личного дохода, поэтому увеличение величины трансфертов вызывает аналогичное увеличение ВВП. Увеличение гос. расходов имеет мультипликативный эффект.

#### 6. Выберите один ответ из предложенных и обоснуйте его выбор

Классик маркетинга Ф. Котлер использует в своих трудах термин:

- а) территориальный маркетинг;
- б) маркетинг территорий;
- в) маркетинг мест;
- г) маркетинг регионов.

### **Раздел 2. Уровни и направления маркетинга территории**

*Форма контроля/оценочное средство: Задача*

*Вопросы/Задания:*

#### 1. Прочитайте текст и установите соответствие

Сопоставьте следующие неофициальные символы стран с названием страны.

Символ	Страна
1) Стоунхендж	а) Голландия
2) Большой Каньон	б) Россия
3) Колизей	в) Швейцария
4) Фондю	г) США
5) Саке	д) Англия
6) Тюльпаны	е) Италия
	ж) Япония

#### 2. Прочитайте текст и установите соответствие

Найдите соответствия достопримечательностей следующих городов (сопоставьте правый и

левый столбцы):

- |                    |                                  |
|--------------------|----------------------------------|
| Город              | Достопримечательность            |
| 1) Владимир        | а) Памятник «Тысячелетие России» |
| 2) Волгоград       | б) Эрмитаж                       |
| 3) Кострома        | в) Мамаев Курган                 |
| 4) Москва          | г) Золотые Ворота                |
| 5) Новгород        | д) Ипатьевский монастырь         |
| 6) Санкт-Петербург | е) Колокольня Ивана Великого     |
|                    | ж) Шоанинский храм               |

### 3. Задача

Необходимо рассчитать ИРЧП для Западной Европы. Средняя ожидаемая продолжительность жизни людей — 77 лет; процент образованных — 99; процент получающих образование — 81; ВВП на душу населения — 23 840 долл. (логарифм ВВП — 4,38).

Фиксированные данные для расчета показателей

Показатель	X мин	X макс
Ожидаемая продолжительность жизни	25	85
Процент грамотных	0	100
Процент получающих образование	0	100
ВВП/чел., долл.* (десятичный логарифм)	100(2)	40000 (4,60)

\* ВВП на душу населения в национальной валюте пересчитывается на доллары

### 4. Задача

За 2023 г. объем производства зерна в России составил 145 млн тонн. Импорт зерновых в среднем составляет 150 тыс. тонн в год, а экспорт — 50 млн тонн. Величина изменения объемов складских запасов зерна на начало и конец периода составила 34,7 млн тонн.

Задание

Определите емкость рынка зерна в России методом, основанным на структурных характеристиках рынка.

### 5. Выберите один ответ из предложенных и обоснуйте его выбор

Чем определяется деловая привлекательность региона?

- а) эффективностью вывоза региональных ресурсов и использования ввозимых ресурсов внутри территории;
- б) соотношением уровней реального и нормативного потребления;
- в) развитостью конкуренции в регионе;
- г) уровнем валового регионального продукта на душу населения и его динамикой

### *Раздел 3. Промежуточная аттестация*

*Форма контроля/оценочное средство:*

*Вопросы/Задания:*

.

## **7. Оценочные материалы промежуточной аттестации**

*Очная форма обучения, Шестой семестр, Зачет*

*Контролируемые ИДК: ПК-П7.1 ПК-П10.1 ПК-П7.2 ПК-П10.2 ПК-П7.3*

*Вопросы/Задания:*

1. Региональный мониторинг, его организация в регионах России.

2. Конкурентоспособность страны
3. Конкурентоспособность региона.
4. Конкурентоспособность города
5. Позиционирование регионов
6. Ведущие субъекты и цели маркетинга региона
7. Маркетинг человеческого капитала
8. Маркетинг интеллектуального капитала
9. Понятие глобализации, мировых интеграционных процессов, роль России в них
10. Задачи информатизации управления функционированием и развитием территории
11. Роль личности в маркетинге страны
12. Межрегиональная активность в России
13. Аргументы и стратегии маркетинга городов
14. Город и маркетинговые коммуникации
15. Позиционирование страны
16. Маркетинг Краснодара
17. Позиционирование территорий
18. Маркетинг Краснодарского края
19. Позиционирование города
20. Позиционирование региона
21. Субъекты территории
22. Реклама и другие коммуникации в маркетинге регионов
23. Бренды регионов
24. Стратегия и тактика маркетинга региона
25. Оценка конкурентоспособности региона
26. Факторы устойчивости экономики региона.

27. Понятие региональных «точек роста».
28. Информация и индикаторы состояния и развития городов.
29. Технологии измерения и оценки конкурентоспособности страны
30. Роль городов и специфика городского маркетинга
31. Виды имиджа территории
32. SWOT-анализ территории
33. Матрица возможностей территории
34. Матрица угроз территории
35. Целевые группы потребителей территории
36. Маркетинг, его концепция и роль в рыночной экономике.
37. Цикл стратегического планирования развития региона.
38. Цикл стратегического планирования развития региона.
39. Инструменты маркетинга территорий
40. Управление межрегиональной маркетинговой информацией.
41. Межрегиональные связи в условиях рынка.
42. Маркетинг имиджа.
43. Маркетинг привлекательности территорий.
44. Маркетинг инфраструктуры.
45. Способы повышения конкурентоспособности страны
46. Характеристика основных групп потребителей в территориальном маркетинге
47. Что значит: преимущества региона, и как их можно создать.
48. Основные направления государственного регулирования устойчивого развития регионов.
49. Средства рекламы территории
50. Аргументы функционирования и аргументы развития территории

*Очно-заочная форма обучения, Шестой семестр, Зачет*

*Контролируемые ИДК: ПК-П7.1 ПК-П10.1 ПК-П7.2 ПК-П10.2 ПК-П7.3*

*Вопросы/Задания:*

1. Региональный мониторинг, его организация в регионах России.
2. Конкурентоспособность страны
3. Конкурентоспособность региона.
4. Конкурентоспособность города
5. Позиционирование регионов
6. Ведущие субъекты и цели маркетинга региона
7. Маркетинг человеческого капитала
8. Маркетинг интеллектуального капитала
9. Понятие глобализации, мировых интеграционных процессов, роль России в них
10. Задачи информатизации управления функционированием и развитием территории
11. Роль личности в маркетинге страны
12. Межрегиональная активность в России
13. Аргументы и стратегии маркетинга городов
14. Город и маркетинговые коммуникации
15. Позиционирование страны
16. Маркетинг Краснодара
17. Позиционирование территорий
18. Маркетинг Краснодарского края
19. Позиционирование города
20. Позиционирование региона
21. Субъекты территории
22. Реклама и другие коммуникации в маркетинге регионов
23. Бренды регионов

24. Стратегия и тактика маркетинга региона
25. Оценка конкурентоспособности региона
26. Факторы устойчивости экономики региона.
27. Понятие региональных «точек роста».
28. Информация и индикаторы состояния и развития городов.
29. Технологии измерения и оценки конкурентоспособности страны
30. Роль городов и специфика городского маркетинга
31. Виды имиджа территории
32. SWOT-анализ территории
33. Матрица возможностей территории
34. Матрица угроз территории
35. Целевые группы потребителей территории
36. Маркетинг, его концепция и роль в рыночной экономике.
37. Цикл стратегического планирования развития региона.
38. Цикл стратегического планирования развития региона.
39. Инструменты маркетинга территорий
40. Управление межрегиональной маркетинговой информацией.
41. Межрегиональные связи в условиях рынка.
42. Маркетинг имиджа.
43. Маркетинг привлекательности территорий.
44. Маркетинг инфраструктуры.
45. Способы повышения конкурентоспособности страны
46. Характеристика основных групп потребителей в территориальном маркетинге
47. Что значит: преимущества региона, и как их можно создать.

48. Основные направления государственного регулирования устойчивого развития регионов.

49. Средства рекламы территории

50. Аргументы функционирования и аргументы развития территории

## **8. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины**

### **8.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы**

#### *Основная литература*

1. Хачатуян, Н.Р. Маркетинг территорий: Учебное пособие / Н.Р. Хачатуян, С.Г. Халатян. - 1 - Ростов-на-Дону: Ростовский Государственный Экономический Университет (РГЭУ, бывший РИНХ), 2023. - 132 с. - 978-5-7972-3109-7. - Текст: электронный // Общество с ограниченной ответственностью «ЗНАНИУМ»: [сайт]. - URL: <https://znanium.ru/cover/2213/2213913.jpg> (дата обращения: 19.06.2025). - Режим доступа: по подписке

2. Чечулин,, А. В. Маркетинг территорий. Как города и страны привлекают туристов, новых жителей и бизнес / А. В. Чечулин,. - Маркетинг территорий. Как города и страны привлекают туристов, новых жителей и бизнес - Санкт-Петербург: КАРО, 2024. - 144 с. - 978-5-9925-1507-7. - Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/141682.html> (дата обращения: 19.06.2025). - Режим доступа: по подписке

3. Алешникова, В.И. Введение в маркетинг территорий: Учебное пособие / В.И. Алешникова. - 1 - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2024. - 272 с. - 978-5-16-109206-4. - Текст: электронный // Общество с ограниченной ответственностью «ЗНАНИУМ»: [сайт]. - URL: <https://znanium.ru/cover/2157/2157173.jpg> (дата обращения: 19.06.2025). - Режим доступа: по подписке

4. Коломыц О. Н. Маркетинг территорий: учебное пособие / Коломыц О. Н., Чекменева Е. В.. - Краснодар: КубГТУ, 2023. - 211 с. - 978-5-8333-1242-1. - Текст: электронный. // RuSpLAN: [сайт]. - URL: <https://e.lanbook.com/img/cover/book/413684.jpg> (дата обращения: 19.06.2025). - Режим доступа: по подписке

5. Маркетинг территорий: методические рекомендации по изучению дисциплины / сост. А. С. Карамова. - Маркетинг территорий - Сочи: Сочинский государственный университет, 2024. - 44 с. - 2227-8397. - Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/150359.html> (дата обращения: 19.06.2025). - Режим доступа: по подписке

#### *Дополнительная литература*

1. Позднякова,, Ж. С. Маркетинг территорий: учебное пособие / Ж. С. Позднякова,, Л. В. Алферова,. - Маркетинг территорий - Челябинск, Саратов: Южно-Уральский институт управления и экономики, Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 235 с. - 978-5-4486-0675-5. - Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/81483.html> (дата обращения: 19.06.2025). - Режим доступа: по подписке

2. БУЛГАРОВ М. А. Маркетинг территорий: метод. рекомендации / БУЛГАРОВ М. А.. - Краснодар: КубГАУ, 2019. - 35 с. - Текст: электронный. // : [сайт]. - URL: <https://edu.kubsau.ru/mod/resource/view.php?id=6192> (дата обращения: 07.07.2025). - Режим доступа: по подписке

3. БУЛГАРОВ М. А. Маркетинг территорий: метод. указания / БУЛГАРОВ М. А.. - Краснодар: КубГАУ, 2019. - 16 с. - Текст: электронный. // : [сайт]. - URL: <https://edu.kubsau.ru/mod/resource/view.php?id=6191> (дата обращения: 07.07.2025). - Режим доступа: по подписке

4. БУЛГАРОВ М. А. Маркетинг территорий: метод. указания / БУЛГАРОВ М. А.. - Краснодар: КубГАУ, 2022. - 15 с. - Текст: электронный. // : [сайт]. - URL: <https://edu.kubsau.ru/mod/resource/view.php?id=11573> (дата обращения: 07.07.2025). - Режим доступа: по подписке

## **8.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся**

*Профессиональные базы данных*

Не используются.

*Ресурсы «Интернет»*

1. <http://www.admkrai.krasnodar.ru> - Администрация Краснодарского края
2. <http://www.gks.ru> - Официальный сайт «Росстата»
3. <https://economy.krasnodar.ru/strategic-planning/> - Официальный сайт Министерства экономики Краснодарского края: Стратегическое планирование в Краснодарском крае
4. <https://rosstat.gov.ru/> - Федеральная служба государственной статистики
5. <https://znanium.com/> - Znanium.com

## **8.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

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 презентаций, учебных фильмов;
- контролировать результаты обучения на основе компьютерного тестирования.

Перечень лицензионного программного обеспечения:

1 Microsoft Windows - операционная система.

2 Microsoft Office (включает Word, Excel, Power Point) - пакет офисных приложений.

Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1 Гарант - правовая, <https://www.garant.ru/>

2 Консультант - правовая, <https://www.consultant.ru/>

3 Научная электронная библиотека eLibrary - универсальная, <https://elibrary.ru/>

Доступ к сети Интернет, доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

*Перечень программного обеспечения*

*(обновление производится по мере появления новых версий программы)*

Не используется.

*Перечень информационно-справочных систем*

*(обновление выполняется еженедельно)*

Не используется.

## **8.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование**

Университет располагает на праве собственности или ином законном основании материально-техническим обеспечением образовательной деятельности (помещениями и оборудованием) для реализации программы бакалавриата, специалитета, магистратуры по Блоку 1 "Дисциплины (модули)" и Блоку 3 "Государственная итоговая аттестация" в соответствии с учебным планом.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде университета из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", как на территории университета, так и вне его. Условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды могут быть созданы с использованием ресурсов иных организаций.

Лекционный зал

2эл

акустическая система SNOW CSB150 - 0 шт.

Облучатель-рециркулятор воздуха 600 - 0 шт.

экран Projecta Elpro моторизиров. 300x300 - 0 шт.

Учебная аудитория

515эл

Сплит-система настенная QuattroClima QV/QN-ES24WA - 1 шт.

## **9. Методические указания по освоению дисциплины (модуля)**

Учебная работа по направлению подготовки осуществляется в форме контактной работы с преподавателем, самостоятельной работы обучающегося, текущей и промежуточной аттестаций, иных формах, предлагаемых университетом. Учебный материал дисциплины структурирован и его изучение производится в тематической последовательности. Содержание методических указаний должно соответствовать требованиям Федерального государственного образовательного стандарта и учебных программ по дисциплине. Самостоятельная работа студентов может быть выполнена с помощью материалов, размещенных на портале поддержки Moodle.

### ***Методические указания по формам работы***

#### ***Лекционные занятия***

Передача значительного объема систематизированной информации в устной форме достаточно большой аудитории. Дает возможность экономно и систематично излагать учебный материал. Обучающиеся изучают лекционный материал, размещенный на портале поддержки обучения Moodle.

#### ***Практические занятия***

Форма организации обучения, проводимая под руководством преподавателя и служащая для детализации, анализа, расширения, углубления, закрепления, применения (или выполнения) разнообразных практических работ, упражнений) и контроля усвоения полученной на лекциях учебной информации. Практические занятия проводятся с использованием учебно-методических изданий, размещенных на образовательном портале университета.

#### ***Описание возможностей изучения дисциплины лицами с ОВЗ и инвалидами***

Для инвалидов и лиц с ОВЗ может изменяться объём дисциплины (модуля) в часах, выделенных на контактную работу обучающегося с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающегося (при этом не увеличивается количество зачётных единиц, выделенных на освоение дисциплины).

Фонды оценочных средств адаптируются к ограничениям здоровья и восприятия информации обучающимися.

Основные формы представления оценочных средств – в печатной форме или в форме электронного документа.

Формы контроля и оценки результатов обучения инвалидов и лиц с ОВЗ с нарушением зрения:

- устная проверка: дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.;
- с использованием компьютера и специального ПО: работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, дистанционные формы, если позволяет острота зрения - графические работы и др.;
- при возможности письменная проверка с использованием рельефно-точечной системы Брайля, увеличенного шрифта, использование специальных технических средств (тифлотехнических средств): контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, отчеты и др.

Формы контроля и оценки результатов обучения инвалидов и лиц с ОВЗ с нарушением слуха:

- письменная проверка: контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.;
- с использованием компьютера: работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, графические работы, дистанционные формы и др.;
- при возможности устная проверка с использованием специальных технических средств (аудиосредств, средств коммуникации, звукоусиливающей аппаратуры и др.): дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.

Формы контроля и оценки результатов обучения инвалидов и лиц с ОВЗ с нарушением опорно-двигательного аппарата:

- письменная проверка с использованием специальных технических средств (альтернативных средств ввода, управления компьютером и др.): контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.;
- устная проверка, с использованием специальных технических средств (средств коммуникаций): дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.;
- с использованием компьютера и специального ПО (альтернативных средств ввода и управления компьютером и др.): работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, графические работы, дистанционные формы предпочтительнее обучающимся, ограниченным в передвижении и др.

Адаптация процедуры проведения промежуточной аттестации для инвалидов и лиц с ОВЗ.

В ходе проведения промежуточной аттестации предусмотрено:

- предъявление обучающимся печатных и (или) электронных материалов в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
- возможность пользоваться индивидуальными устройствами и средствами, позволяющими адаптировать материалы, осуществлять приём и передачу информации с учетом их индивидуальных особенностей;
- увеличение продолжительности проведения аттестации;
- возможность присутствия ассистента и оказания им необходимой помощи (занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с преподавателем).

Формы промежуточной аттестации для инвалидов и лиц с ОВЗ должны учитывать индивидуальные и психофизические особенности обучающегося/обучающихся по АОПОП ВО (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

Специальные условия, обеспечиваемые в процессе преподавания дисциплины студентам с нарушениями зрения:

- предоставление образовательного контента в текстовом электронном формате, позволяющем переводить плоскопечатную информацию в аудиальную или тактильную форму;
- возможность использовать индивидуальные устройства и средства, позволяющие адаптировать материалы, осуществлять приём и передачу информации с учетом индивидуальных особенностей и состояния здоровья студента;
- предоставление возможности предкурсового ознакомления с содержанием учебной дисциплины и материалом по курсу за счёт размещения информации на корпоративном образовательном портале;
- использование чёткого и увеличенного по размеру шрифта и графических объектов в мультимедийных презентациях;
- использование инструментов «лупа», «прожектор» при работе с интерактивной доской;
- озвучивание визуальной информации, представленной обучающимся в ходе занятий;
- обеспечение раздаточным материалом, дублирующим информацию, выводимую на экран;
- наличие подписей и описания у всех используемых в процессе обучения рисунков и иных графических объектов, что даёт возможность перевести письменный текст в аудиальный;
- обеспечение особого речевого режима преподавания: лекции читаются громко, разборчиво, отчётливо, с паузами между смысловыми блоками информации, обеспечивается интонирование, повторение, акцентирование, профилактика рассеивания внимания;
- минимизация внешнего шума и обеспечение спокойной аудиальной обстановки;
- возможность вести запись учебной информации студентами в удобной для них форме (аудиально, аудиовизуально, на ноутбуке, в виде пометок в заранее подготовленном тексте);
- увеличение доли методов социальной стимуляции (обращение внимания, апелляция к ограничениям по времени, контактные виды работ, групповые задания и др.) на практических и лабораторных занятиях;
- минимизирование заданий, требующих активного использования зрительной памяти и зрительного внимания;
- применение поэтапной системы контроля, более частый контроль выполнения заданий для самостоятельной работы.

Специальные условия, обеспечиваемые в процессе преподавания дисциплины студентам с нарушениями опорно-двигательного аппарата (маломобильные студенты, студенты, имеющие трудности передвижения и патологию верхних конечностей):

- возможность использовать специальное программное обеспечение и специальное оборудование и позволяющее компенсировать двигательное нарушение (коляски, ходунки, трости и др.);
- предоставление возможности предкурсового ознакомления с содержанием учебной дисциплины и материалом по курсу за счёт размещения информации на корпоративном образовательном портале;
- применение дополнительных средств активизации процессов запоминания и повторения;
- опора на определенные и точные понятия;
- использование для иллюстрации конкретных примеров;
- применение вопросов для мониторинга понимания;
- разделение изучаемого материала на небольшие логические блоки;
- увеличение доли конкретного материала и соблюдение принципа от простого к сложному при объяснении материала;
- наличие чёткой системы и алгоритма организации самостоятельных работ и проверки заданий с обязательной корректировкой и комментариями;
- увеличение доли методов социальной стимуляции (обращение внимания, апелляция к ограничениям по времени, контактные виды работ, групповые задания др.);
- обеспечение беспрепятственного доступа в помещения, а также пребывания в них;
- наличие возможности использовать индивидуальные устройства и средства, позволяющие обеспечить реализацию эргономических принципов и комфортное пребывание на месте в течение всего периода учёбы (подставки, специальные подушки и др.).

Специальные условия, обеспечиваемые в процессе преподавания дисциплины студентам с нарушениями слуха (глухие, слабослышащие, поздноухие):

- предоставление образовательного контента в текстовом электронном формате, позволяющем

- переводить аудиальную форму лекции в плоскопечатную информацию;
- наличие возможности использовать индивидуальные звукоусиливающие устройства и сурдотехнические средства, позволяющие осуществлять приём и передачу информации; осуществлять взаимообратный перевод текстовых и аудиофайлов (блокнот для речевого ввода), а также запись и воспроизведение зрительной информации;
  - наличие системы заданий, обеспечивающих систематизацию верbalного материала, его схематизацию, перевод в таблицы, схемы, опорные тексты, глоссарий;
  - наличие наглядного сопровождения изучаемого материала (структурно-логические схемы, таблицы, графики, концентрирующие и обобщающие информацию, опорные конспекты, раздаточный материал);
  - наличие чёткой системы и алгоритма организации самостоятельных работ и проверки заданий с обязательной корректировкой и комментариями;
  - обеспечение практики опережающего чтения, когда студенты заранее знакомятся с материалом и выделяют незнакомые и непонятные слова и фрагменты;
  - особый речевой режим работы (отказ от длинных фраз и сложных предложений, хорошая артикуляция; четкость изложения, отсутствие лишних слов; повторение фраз без изменения слов и порядка их следования; обеспечение зрительного контакта во время говорения и чуть более медленного темпа речи, использование естественных жестов и мимики);
  - чёткое соблюдение алгоритма занятия и заданий для самостоятельной работы (назование темы, постановка цели, сообщение и запись плана, выделение основных понятий и методов их изучения, указание видов деятельности студентов и способов проверки усвоения материала, словарная работа);
  - соблюдение требований к предъявляемым учебным текстам (разбивка текста на части; выделение опорных смысловых пунктов; использование наглядных средств);
  - минимизация внешних шумов;
  - предоставление возможности соотносить вербальный и графический материал; комплексное использование письменных и устных средств коммуникации при работе в группе;
  - сочетание на занятиях всех видов речевой деятельности (говорения, слушания, чтения, письма, зрительного восприятия с лица говорящего).

Специальные условия, обеспечиваемые в процессе преподавания дисциплины студентам с прочими видами нарушений (ДЦП с нарушениями речи, заболевания эндокринной, центральной нервной и сердечно-сосудистой систем, онкологические заболевания):

- наличие возможности использовать индивидуальные устройства и средства, позволяющие осуществлять приём и передачу информации;
- наличие системы заданий, обеспечивающих систематизацию вербального материала, его схематизацию, перевод в таблицы, схемы, опорные тексты, глоссарий;
- наличие наглядного сопровождения изучаемого материала;
- наличие чёткой системы и алгоритма организации самостоятельных работ и проверки заданий с обязательной корректировкой и комментариями;
- обеспечение практики опережающего чтения, когда студенты заранее знакомятся с материалом и выделяют незнакомые и непонятные слова и фрагменты;
- предоставление возможности соотносить вербальный и графический материал; комплексное использование письменных и устных средств коммуникации при работе в группе;
- сочетание на занятиях всех видов речевой деятельности (говорения, слушания, чтения, письма, зрительного восприятия с лица говорящего);
- предоставление образовательного контента в текстовом электронном формате;
- предоставление возможности предкурсового ознакомления с содержанием учебной дисциплины и материалом по курсу за счёт размещения информации на корпоративном образовательном портале;
- возможность вести запись учебной информации студентами в удобной для них форме (аудиально, аудиовизуально, в виде пометок в заранее подготовленном тексте);
- применение поэтапной системы контроля, более частый контроль выполнения заданий для самостоятельной работы;
- стимулирование выработки у студентов навыков самоорганизации и самоконтроля;
- наличие пауз для отдыха и смены видов деятельности по ходу занятия.

## **10. Методические рекомендации по освоению дисциплины (модуля)**