

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования "Пермский  
государственный национальный исследовательский  
университет"**

**Кафедра социально-экономической географии**

**Авторы-составители: Иванова Мария Борисовна**

Рабочая программа дисциплины  
**ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ**  
Код УМК 91949

Утверждено  
Протокол №8  
от «16» июня 2021 г.

Пермь, 2021

## **1. Наименование дисциплины**

Территориальный маркетинг

## **2. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина входит в вариативную часть Блока « М.1 » образовательной программы по направлениям подготовки (специальностям):

Направление: **05.04.02** География

направленность Территориальное планирование и управление

### **3. Планируемые результаты обучения по дисциплине**

В результате освоения дисциплины **Территориальный маркетинг** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

**05.04.02** География (направленность : Территориальное планирование и управление)

**ОПК.2** Способен оценивать и прогнозировать развитие и взаимодействие природных, производственных и социальных систем на глобальном, региональном и локальном уровнях в избранной области географии

**Индикаторы**

**ОПК.2.2** Прогнозирует развитие территориальных систем различного уровня организации в избранной области географии

**ПК.3** Способен формулировать цели и задачи исследований и изысканий, определять методологию, методики и технологии их выполнения для решения задач градостроительной деятельности

**Индикаторы**

**ПК.3.1** Формулирует принципы, цели и задачи исследований и изысканий, подбирает соответствующие методики и технологии для решения задач градостроительной деятельности

**ПК.3.2** Анализирует исходную информацию об объекте градостроительной деятельности на основе принятой системы принципов, целей и средств планирования и проектирования

**ПК.5** Способен определять ресурсы, условия и нормативно-правовое обеспечение для организации необходимых исследований и изысканий о территориальном объекте

**Индикаторы**

**ПК.5.1** Определяет ресурсную и нормативно-правовую базу для организации и проведения необходимых исследований и изысканий о территориальном объекте

**ПК.5.2** Применяет технологии организации и ведения проектов в области комплексного развития территорий и поселений, территориальных объектов

**УК.2** Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

**Индикаторы**

**УК.2.1** Формулирует на основе поставленной проблемы проектную задачу и предлагает способы ее решения

#### 4. Объем и содержание дисциплины

<b>Направления подготовки</b>	05.04.02 География (направленность: Территориальное планирование и управление)
<b>форма обучения</b>	очная
<b>№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины</b>	4
<b>Объем дисциплины (з.е.)</b>	3
<b>Объем дисциплины (ак.час.)</b>	108
<b>Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:</b>	36
<b>Проведение лекционных занятий</b>	12
<b>Проведение практических занятий, семинаров</b>	24
<b>Самостоятельная работа (ак.час.)</b>	72
<b>Формы текущего контроля</b>	Входное тестирование (1) Защищаемое контрольное мероприятие (5) Итоговое контрольное мероприятие (1)
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Зачет (4 триместр)

## **5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины**

### **Входной контроль**

Устный опрос о знании особенностей функционирования и развития территориальных систем, умениях производить территориальный анализ и делать прогнозы.

### **Тема 1. Сущность территориального маркетинга, его цели и функции.**

Сущность территориального маркетинга, его цели и функции. Территориальные социально-экономические образования. Маркетинговый комплекс и его разработка в территориальном маркетинге. Внутренняя и внешняя среда территории. Субъекты территориального маркетинга. Поведение потребителей в территориальном маркетинге. Конкурентоспособность и конкурентные преимущества территорий. Позиционирование и дифференциация территорий. Разработка деловых стратегий развития территории. Внедрение территориального маркетинга.

### **Тема 2. Территориальные социально-экономические образования**

Общественно-экономические основы территориального маркетинга. Инструменты маркетинга территорий. Целевые действия территориального маркетинга. Территория как товар. Основные функции территорий. Маркетинг территорий (местностей) его сущность целевые направления. Маркетинг на территории его сущность и первоочередные задачи. Геомаркетинг – концепция рыночного ведения хозяйства. Применение геомаркетинговых систем и технологий (информационная модель данных в геомаркетинговой системе).

### **Тема 3. Маркетинговый комплекс и его разработка в территориальном маркетинге.**

Территориальные социально-экономические образования как пространственно-временные формы организации экономики, которые нуждаются в территориальном управлении и прогнозировании: район, регион, экономический район, сельский район, город. Местность (территория) – специфический товар, потребитель, продавец. Виды товаров: зона хозяйственной застройки, земельные участки, рекреационные зоны, жилые зоны, регионы (административно-экономические), страны, региональные группировки стран.

### **Тема 4. Внутренняя и внешняя среда территории.**

Понятие и элементы внутренней среды территории. Внешняя микросреда территории. Основные направления взаимодействия и взаимного влияния внешней и внутренней среды территории. Возможность развития внутренней среды территории. Качество территориального управления как основной элемент внутренней среды территории.

### **Тема 5. Субъекты территориального маркетинга.**

Критерии классификации субъектов территориального маркетинга. Основные группы субъектов территориального маркетинга. Органы власти как основной субъект территориального маркетинга. Особая роль органов власти в организации взаимодействия и координации деятельности разных субъектов территориального маркетинга.

### **Тема 6. Поведение потребителей в территориальном маркетинге**

Классификация потребителей в территориальном маркетинге. Основные группы потребителей в территориальном маркетинге, специфика потребностей каждой группы. Общие принципы анализа поведения потребителей в территориальном маркетинге. Процесс принятия решений о выборе территорий как привлекательного места проживания или осуществления деятельности.

### **Тема 7. Конкурентоспособность и конкурентные преимущества территорий.**

Становление и развитие конкуренции между территориями. Конкурентоспособность территорий. Конкурентный анализ. Конкурентные преимущества территорий. Внутреннее внешние конкурентные

преимущества территорий. «Твердые» и «мягкие» конкурентные преимущества территорий.

#### **Тема 8. Позиционирование и дифференциация территорий.**

Позиционирование территорий: сущность, принципы, задачи. Оценка сложившегося образа территории и усилия субъектов территориального маркетинга по осуществлению эффективности позиционирования территории. Дифференциация территории: сущность, уровни дифференцирования (по отношению к другим территориям и по отношению к разным группам потребителей).

#### **Тема 9. Разработка деловых стратегий развития территории.**

Деловые стратегии в территориальном маркетинге. Стратегия развития территорий. Конкурентная стратегия. «Портфельная стратегия». Проведение анализа, выработка привлекательных для территорий стратегических направлений развития. Выбор деловых стратегий развития территории как один из этапов разработки стратегического плана развития территории. Функциональные стратегии в территориальном маркетинге. Инвестиционная стратегия территории. Инвестиции: критерии классификации. Критерии оценки инвестиционной привлекательности территории. Основные пути повышения инвестиционной привлекательности территории с учетом конкурентных преимуществ территории.

#### **Тема 10. Внедрение территориального маркетинга**

Основные принципы и этапы внедрения территориального маркетинга. Разработка плана маркетинга территорий. План маркетинга территории как целевая программа. Организация деятельности по реализации и плана маркетинга территорий.

## **6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Освоение дисциплины требует систематического изучения всех тем в той последовательности, в какой они указаны в рабочей программе.

Основными видами учебной работы являются аудиторские занятия. Их цель - расширить базовые знания обучающихся по осваиваемой дисциплине и систему теоретических ориентиров для последующего более глубокого освоения программного материала в ходе самостоятельной работы. Обучающемуся важно помнить, что контактная работа с преподавателем эффективно помогает ему овладеть программным материалом благодаря расстановке необходимых акцентов и удержанию внимания интонационными модуляциями голоса, а также подключением аудио-визуального механизма восприятия информации.

Самостоятельная работа преследует следующие цели:

- закрепление и совершенствование теоретических знаний, полученных на лекционных занятиях;
- формирование навыков подготовки текстовой составляющей информации учебного и научного назначения для размещения в различных информационных системах;
- совершенствование навыков поиска научных публикаций и образовательных ресурсов, размещенных в сети Интернет;
- самоконтроль освоения программного материала.

Обучающемуся необходимо помнить, что результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем во время проведения мероприятий текущего контроля и учитываются при промежуточной аттестации.

Обучающимся с ОВЗ и инвалидов предоставляется возможность выбора форм проведения мероприятий текущего контроля, альтернативных формам, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Предусматривается возможность увеличения в пределах 1 академического часа времени, отводимого на выполнение контрольных мероприятий.

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

При проведении текущего контроля применяются оценочные средства, обеспечивающие передачу информации, от обучающегося к преподавателю, с учетом психофизиологических особенностей здоровья обучающихся.

## **7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

При самостоятельной работе обучающимся следует использовать:

- конспекты лекций;
- литературу из перечня основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- текст лекций на электронных носителях;
- ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины;
- лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение из перечня информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине;
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

## 8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

### Основная:

1. Бакланов П. Я. Территориальные структуры хозяйства в региональном управлении/П. Я. Бакланов.- Москва:Наука,2007, ISBN 978-5-02-034115-9.-2372.-Библиогр.: с. 224-238
2. Пермский край - территория конкурентного развития:учебно-методические материалы/ред.: О. А. Чиркунов, Т. В. Букина, Е. Л. Зуева.-Пермь,2011, ISBN 978-5-9903230-1-8.-112.-Библиогр.: с. 97-109
3. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 474 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3749-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://urait.ru/bcode/426253>

### Дополнительная:

1. Бакланов П. Я. Территориальные структуры хозяйства в региональном управлении/П. Я. Бакланов.- Москва:Наука,2007, ISBN 978-5-02-034115-9.-2372.-Библиогр.: с. 224-238
2. Пермский край - территория конкурентного развития:учебно-методические материалы/ред.: О. А. Чиркунов, Т. В. Букина, Е. Л. Зуева.-Пермь,2011, ISBN 978-5-9903230-1-8.-112.-Библиогр.: с. 97-109
3. Имидж России: концепция национального и территориального брендинга/[Василенко И. А., и др.].-2-е изд., доп. и перераб..-Москва:Экономика,2014, ISBN 978-5-282-03353-3.-2461.-Библиогр.: с. 243-247
4. Замятин Д. Н. Культура и пространство. Моделирование географических образов:монография/Д. Н. Замятин.-М.:Знак,2006, ISBN 5-9551-0144-6.-488.-Библиогр.: с. 391-468
5. Региональная экономика и пространственное развитие.учебник для бакалавриата и магистратуры/Л. Э. Лимонов [и др.] ; ред. Л. Э. Лимонов ; Высшая школа экономики, Национальный исследовательский университет.-Москва:Юрайт,2015.Т. 2.Региональное управление и территориальное развитие.-460, ISBN 978-5-9916-6788-3.-Библиогр. в конце глав
6. Харченко К. В. Муниципальное стратегическое планирование: от теории к технологии:[учебное пособие]/К. В. Харченко.-Белгород:Белгородская областная типография,2009, ISBN 978-5-86295-213-1.-303.-Библиогр.: с. 268-272
7. Сачук Т. В. Территориальный маркетинг:[повышение качества территориального управления, конкурентоспособность территории, реализация на уровне страны, региона, муниципального образования: теория и практика] : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности "Государственное и муниципальное управление"/Т. В. Сачук.-Санкт-Петербург:Питер,2009, ISBN 978-5-388-00690-5.-368.-Библиогр.: с. 367-368 (17 назв.) и в конце гл.



## **9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины**

<http://www.gks.ru/> Статистика

<http://www.marketing.spb.ru/> Энциклопедия маркетинга

<https://www.sostav.ru/> Состав

<https://grebennikon.ru/> Электронная библиотека

<http://municipal-sd.ru/> Тематическое сообщество "Муниципал"

## **10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

Образовательный процесс по дисциплине **Территориальный маркетинг** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем: Применяются ИКТ для обмена информацией по основным разделам курса:

- презентационные материалы (слайды по темам лекционных и практических занятий)
- доступ в режиме on-line в Электронную библиотечную систему (ЭБС)
- доступ в электронную информационно-образовательную среду университета
- интернет-ресурсы открытого доступа для выполнения картографических заданий: Google.Карты, Яндекс.Карты
- пакет программ Libreoffice
- ПО на ноутбук: ОС «Альт Образование» (Договор № ДС 003–2020)

При освоении материала и выполнении заданий по дисциплине рекомендуется использование материалов, размещенных в Личных кабинетах обучающихся ЕТИС ПГНИУ ([student.psu.ru](http://student.psu.ru)).

При организации дистанционной работы и проведении занятий в режиме онлайн могут использоваться:

- система видеоконференцсвязи на основе платформы BigBlueButton (<https://bigbluebutton.org/>).
- система LMS Moodle (<http://e-learn.psu.ru/>), которая поддерживает возможность использования текстовых материалов и презентаций, аудио- и видеоконтент, а так же тесты, проверяемые задания, задания для совместной работы.
- система тестирования Indigo (<https://indigotech.ru/>).

## **11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Лекционные занятия и занятия семинарского типа (семинары, практические занятия), текущий контроль, групповые (индивидуальные) консультации - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской и / или компьютерный класс с соответствующим программным обеспечением. Самостоятельная работа - аудитория, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченный доступом в электронную информационнообразовательную среду университета. Помещения Научной библиотеки ПГНИУ

Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютера с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.
2. Читальный зал гуманитарной литературы, корп. 2, ауд. 418. Оборудован 7 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.
3. Читальный зал естественной литературы, корп.6, ауд. 107а. Оборудован 5 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.
4. Отдел иностранной литературы, корп.2 ауд. 207. Оборудован 1 персональным компьютером с

доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

5. Библиотека юридического факультета, корп.9, ауд. 4. Оборудована 11 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

6. Читальный зал географического факультета, корп.8, ауд. 419. Оборудован 6 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

Все компьютеры, установленные в помещениях научной библиотеки, оснащены следующим программным обеспечением:

Операционная система ALT Linux;

Офисный пакет Libreoffice.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

**Фонды оценочных средств для аттестации по дисциплине  
Территориальный маркетинг**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине для формирования компетенции.  
Индикаторы и критерии их оценивания**

**ОПК.2**

**Способен оценивать и прогнозировать развитие и взаимодействие природных, производственных и социальных систем на глобальном, региональном и локальном уровнях в избранной области географии**

Индикатор	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p><b>ОПК.2.2</b> Прогнозирует развитие территориальных систем различного уровня организации в избранной области географии</p>	<p>владеет методами прогнозирования, прогнозирует развитие территориальных систем различного уровня организации для территориального маркетинга</p>	<p align="center"><b>Неудовлетворител</b> Не владеет методами прогнозирования, не прогнозирует развитие территориальных систем различного уровня организации для территориального маркетинга</p> <p align="center"><b>Удовлетворительн</b> Владеет отдельными методами прогнозирования, прогнозирует развитие территориальных систем различного уровня организации для территориального маркетинга, но допускает несущественные ошибки</p> <p align="center"><b>Хорошо</b> Владеет основными методами прогнозирования, прогнозирует развитие территориальных систем различного уровня организации для территориального маркетинга</p> <p align="center"><b>Отлично</b> Владеет методами прогнозирования, прогнозирует развитие территориальных систем различного уровня организации для территориального маркетинга в незнакомой ситуации</p>

**ПК.3**

**Способен формулировать цели и задачи исследований и изысканий, определять методологию, методики и технологии их выполнения для решения задач градостроительной деятельности**

Индикатор	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p><b>ПК.3.2</b> Анализирует исходную информацию об объекте</p>	<p>Знает источники информации об объекте градостроительной деятельности, владеет методами анализа имеющейся</p>	<p align="center"><b>Неудовлетворител</b> Не знает источники информации об объекте градостроительной деятельности, не владеет методами анализа имеющейся информации,</p>

Индикатор	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
градостроительной деятельности на основе принятой системы принципов, целей и средств планирования и проектирования	информации, анализирует информацию о градостроительном объекте на основе принятой системы принципов, целей и средств планирования и проектирования в области территориального маркетинга	<p align="center"><b>Неудовлетворител</b></p> <p>не анализирует информацию о градостроительном объекте на основе принятой системы принципов, целей и средств планирования и проектирования в области территориального маркетинга</p> <p align="center"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>Знает основные источники информации об объекте градостроительной деятельности, владеет отдельными методами анализа имеющейся информации, анализирует информацию о градостроительном объекте на основе принятой системы принципов, целей и средств планирования и проектирования в области территориального маркетинга, но допускает несущественные ошибки</p> <p align="center"><b>Хорошо</b></p> <p>Знает источники информации об объекте градостроительной деятельности, владеет методами анализа имеющейся информации, по известным шаблонам анализирует информацию о градостроительном объекте на основе принятой системы принципов, целей и средств планирования и проектирования в области территориального маркетинга</p> <p align="center"><b>Отлично</b></p> <p>Знает источники информации об объекте градостроительной деятельности, владеет методами анализа имеющейся информации, анализирует информацию о градостроительном объекте на основе принятой системы принципов, целей и средств планирования и проектирования в области территориального маркетинга</p>
<b>ПК.3.1</b> Формулирует принципы, цели и задачи исследований и изысканий, подбирает соответствующие методики и технологии для решения задач градостроительной	владеет методами и технологиями территориального маркетинга, применяющимися при решении градостроительных задач, умеет использовать в соответствии с поставленными целями и задачами исследования	<p align="center"><b>Неудовлетворител</b></p> <p>Не владеет методами и технологиями территориального маркетинга, применяющимися при решении градостроительных задач, не умеет использовать их в соответствии с поставленными целями и задачами исследования</p> <p align="center"><b>Удовлетворительн</b></p>

Индикатор	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
деятельности		<p style="text-align: center;"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>Владеет отдельными методами и технологиями территориального маркетинга, применяющимися при решении градостроительных задач, умеет использовать их в соответствии с поставленными целями и задачами исследования, но допускает несущественные ошибки</p> <p style="text-align: center;"><b>Хорошо</b></p> <p>Владеет основными методами и технологиями территориального маркетинга, применяющимися при решении градостроительных задач, умеет использовать в соответствии с поставленными целями и задачами исследования по заданным шаблонам</p> <p style="text-align: center;"><b>Отлично</b></p> <p>Владеет широким спектром методов и технологий территориального маркетинга, применяющимися при решении градостроительных задач, умеет использовать в соответствии с поставленными целями и задачами исследования в незнакомой ситуации</p>

## ПК.5

**Способен определять ресурсы, условия и нормативно-правовое обеспечение для организации необходимых исследований и изысканий о территориальном объекте**

Индикатор	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p><b>ПК.5.1</b> Определяет ресурсную и нормативно-правовую базу для организации и проведения необходимых исследований и изысканий о территориальном объекте</p>	<p>знает и умеет определять необходимые ресурсы и нормативно-правовую базу для проведения маркетинговых исследований о территориальном объекте</p>	<p style="text-align: center;"><b>Неудовлетворител</b></p> <p>Не знает и не умеет определять необходимые ресурсы и нормативно-правовую базу для проведения маркетинговых исследований о территориальном объекте</p> <p style="text-align: center;"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>Знает и умеет определять отдельные необходимые ресурсы и нормативно-правовую базу для проведения маркетинговых исследований о территориальном объекте, но допускает несущественные ошибки</p>

Индикатор	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p style="text-align: center;"><b>Хорошо</b></p> <p>Знает и умеет определять необходимые ресурсы и нормативно-правовую базу для проведения маркетинговых исследований о территориальном объекте в общих чертах</p> <p style="text-align: center;"><b>Отлично</b></p> <p>Знает и умеет определять в полном объеме необходимые ресурсы и нормативно-правовую базу для проведения маркетинговых исследований о территориальном объекте</p>
<p><b>ПК.5.2</b> Применяет технологии организации и ведения проектов в области комплексного развития территорий и поселений, территориальных объектов</p>	<p>знает требования к организации и ведению проектов в области комплексного развития территорий и поселений, территориальных объектов, владеет проектными технологиями, применяет технологии организации и ведения проектов в области территориального маркетинга</p>	<p style="text-align: center;"><b>Неудовлетворител</b></p> <p>Не знает требования к организации и ведению проектов в области комплексного развития территорий и поселений, территориальных объектов, не владеет проектными технологиями, не применяет технологии организации и ведения проектов в области территориального маркетинга</p> <p style="text-align: center;"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>Знает основные требования к организации и ведению проектов в области комплексного развития территорий и поселений, территориальных объектов, владеет отдельными проектными технологиями, применяет технологии организации и ведения проектов в области территориального маркетинга, но допускает несущественные ошибки</p> <p style="text-align: center;"><b>Хорошо</b></p> <p>Знает основные требования к организации и ведению проектов в области комплексного развития территорий и поселений, территориальных объектов, владеет проектными технологиями, применяет технологии организации и ведения проектов в области территориального маркетинга по заданным шаблонам</p> <p style="text-align: center;"><b>Отлично</b></p> <p>Знает требования к организации и ведению проектов в области комплексного развития территорий и поселений, территориальных объектов, владеет проектными</p>

Индикатор	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p align="center"><b>Отлично</b></p> <p>технологиями, применяет технологии организации и ведения проектов в области территориального маркетинга в незнакомой ситуации</p>

## УК.2

### Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

Индикатор	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p><b>УК.2.1</b> Формулирует на основе поставленной проблемы проектную задачу и предлагает способы ее решения</p>	<p>знает способы решения проектных задач, владеет проектными технологиями, формулирует проектную задачу в области территориального маркетинга и предлагает способы её решения</p>	<p align="center"><b>Неудовлетворител</b></p> <p>Не знает способы решения проектных задач, не владеет проектными технологиями, не формулирует проектную задачу в области территориального маркетинга и предлагает способы её решения</p> <p align="center"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>Знает отдельные способы решения проектных задач, владеет некоторыми проектными технологиями, формулирует проектную задачу в области территориального маркетинга и предлагает способы её решения, но допускает несущественные ошибки</p> <p align="center"><b>Хорошо</b></p> <p>Знает способы решения проектных задач, владеет проектными технологиями, формулирует проектную задачу в области территориального маркетинга и предлагает способы её решения по стандартным шаблонам</p> <p align="center"><b>Отлично</b></p> <p>Знает способы решения проектных задач, владеет разнообразными проектными технологиями, формулирует проектную задачу в области территориального маркетинга и предлагает способы её решения в незнакомой ситуации</p>

## Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : Базовая

**Вид мероприятия промежуточной аттестации :** Зачет

**Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации :** Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

**Максимальное количество баллов :** 100

### Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 49 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 49 балла

<b>Компетенция (индикатор)</b>	<b>Мероприятие текущего контроля</b>	<b>Контролируемые элементы результатов обучения</b>
<b>Входной контроль</b>	Входной контроль <b>Входное тестирование</b>	знание основных понятий общественной географии, основ проектирования и экспертно-аналитической деятельности
<b>ПК.3.2</b> Анализирует исходную информацию об объекте градостроительной деятельности на основе принятой системы принципов, целей и средств планирования и проектирования	Тема 2. Территориальные социально-экономические образования <b>Защищаемое контрольное мероприятие</b>	Знание общественно-экономических основ территориального маркетинга, инструментов маркетинга территорий, целевых действий территориального маркетинга, применения геомаркетинговых систем и технологий (информационная модель данных в геомаркетинговой системе).



<b>Компетенция (индикатор)</b>	<b>Мероприятие текущего контроля</b>	<b>Контролируемые элементы результатов обучения</b>
<p><b>ОПК.2.2</b> Прогнозирует развитие территориальных систем различного уровня организации в избранной области географии</p> <p><b>ПК.3.1</b> Формулирует принципы, цели и задачи исследований и изысканий, подбирает соответствующие методики и технологии для решения задач градостроительной деятельности</p> <p><b>ПК.5.1</b> Определяет ресурсную и нормативно-правовую базу для организации и проведения необходимых исследований и изысканий о территориальном объекте</p>	<p>Тема 4. Внутренняя и внешняя среда территории.</p> <p><b>Защищаемое контрольное мероприятие</b></p>	<p>Выявлять элементы внутренней среды территории. Иметь представление о внешней среде территории.</p> <p>Понимать направления взаимодействия и взаимного влияния внешней и внутренней среды территории.</p> <p>Планировать развитие внутренней среды территории. Оценивать качество территориального управления внутренней среды территории.</p>
<p><b>ПК.3.2</b> Анализирует исходную информацию об объекте градостроительной деятельности на основе принятой системы принципов, целей и средств планирования и проектирования</p>	<p>Тема 5. Субъекты территориального маркетинга.</p> <p><b>Защищаемое контрольное мероприятие</b></p>	<p>Выделять критерии классификации субъектов территориального маркетинга. Анализ основных групп субъектов территориального маркетинга. Анализ деятельности органов власти в организации взаимодействия и координации деятельности разных субъектов территориального маркетинга.</p>

<b>Компетенция (индикатор)</b>	<b>Мероприятие текущего контроля</b>	<b>Контролируемые элементы результатов обучения</b>
<p><b>ПК.3.1</b> Формулирует принципы, цели и задачи исследований и изысканий, подбирает соответствующие методики и технологии для решения задач градостроительной деятельности</p> <p><b>ПК.3.2</b> Анализирует исходную информацию об объекте градостроительной деятельности на основе принятой системы принципов, целей и средств планирования и проектирования</p> <p><b>ПК.5.1</b> Определяет ресурсную и нормативно-правовую базу для организации и проведения необходимых исследований и изысканий о территориальном объекте</p>	<p>Тема 7. Конкурентоспособность и конкурентные преимущества территорий. <b>Защищаемое контрольное мероприятие</b></p>	<p>Знание особенностей развития конкуренции между территориями. Умение оценивать конкурентоспособность территорий. Владение навыками конкурентного анализа. Понимание конкурентных преимуществ территорий.</p>
<p><b>УК.2.1</b> Формулирует на основе поставленной проблемы проектную задачу и предлагает способы ее решения</p>	<p>Тема 9. Разработка деловых стратегий развития территории. <b>Защищаемое контрольное мероприятие</b></p>	<p>Иметь представления о деловых стратегиях в территориальном маркетинге. Различать стратегии: развития территорий; конкурентную; портфельную. Проводить анализ, выработать привлекательные для территорий стратегически направленные стратегии развития. Оценивать инвестиционную стратегию территории. Выявлять основные пути повышения инвестиционной привлекательности территории с учетом конкурентных преимуществ территории.</p>

<b>Компетенция (индикатор)</b>	<b>Мероприятие текущего контроля</b>	<b>Контролируемые элементы результатов обучения</b>
<p><b>УК.2.1</b> Формулирует на основе поставленной проблемы проектную задачу и предлагает способы ее решения</p> <p><b>ОПК.2.2</b> Прогнозирует развитие территориальных систем различного уровня организации в избранной области географии</p> <p><b>ПК.3.2</b> Анализирует исходную информацию об объекте градостроительной деятельности на основе принятой системы принципов, целей и средств планирования и проектирования</p> <p><b>ПК.3.1</b> Формулирует принципы, цели и задачи исследований и изысканий, подбирает соответствующие методики и технологии для решения задач градостроительной деятельности</p> <p><b>ПК.5.2</b> Применяет технологии организации и ведения проектов в области комплексного развития территорий и поселений, территориальных объектов</p> <p><b>ПК.5.1</b> Определяет ресурсную и нормативно-правовую базу для организации и проведения необходимых исследований и изысканий о территориальном объекте</p>	<p>Тема 10. Внедрение территориального маркетинга</p> <p><b>Итоговое контрольное мероприятие</b></p>	<p>Выявлять основные принципы и этапы внедрения территориального маркетинга. Разрабатывать план маркетинга территорий, целевую программу. Уметь организовывать деятельность по реализации и плана маркетинга территорий.</p>

### **Спецификация мероприятий текущего контроля**

#### **Входной контроль**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **0**

Проходной балл: **0**

Показатели оценивания	Баллы
Знают виды прогнозирования. Умеют делать прогноз.	4
Знают структуру территориального анализа	3
Знают особенности функционирования территориальных систем	3

## Тема 2. Территориальные социально-экономические образования

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **20**

Проходной балл: **10**

Показатели оценивания	Баллы
Владение навыком отстаивания собственной позиции при защите результатов исследования в рамках изучаемой темы: 1. Полные и аргументированные ответы на все вопросы (6 б.). 2. Наличие ответов на все вопросы, но полные и аргументированные ответы только на часть вопросов. Полные и аргументированные ответы даются только на часть вопросов, а ответы хотя бы на один заданный вопрос отсутствуют. (4–5 б.). 3. Наличие ответов на все вопросы, но не полных, недостаточно аргументированных, с затруднениями при ответах (1–3 б.). 4. Ответы на вопросы отсутствуют (0 б.).	6
Владение навыком демонстрации полученных результатов в ходе доклада по вопросам в рамках изучаемой темы: 1. Докладчик свободно владеет материалом, осознанно доводит материал до слушателей, способен гибко реагировать на изменение регламента (5 б.). 2. Докладчик в основном опирается на конспект доклада, испытывает затруднения при донесении материала до слушателей, при этом способен гибко реагировать на изменение регламента (3–4 б.). 3. Докладчик в основном опирается на конспект доклада, испытывает большие затруднения при донесении материала до слушателей, неэффективно использует время, отведённое ему на доклад (1–2 б.). 4. Студент отказывается делать доклад (0 б.).	5
Умение применять знания по теории и методологии дисциплины в рамках изучаемой темы: 1. Полностью раскрыты все основные теоретико-методологические аспекты (5 б.). 2. Возникли затруднения при раскрытии отдельных из теоретико-методологических аспектов (1–4 б.). 3. Возникли затруднения при раскрытии половины и более теоретико-методологических аспектов (0 б.).	5
Своевременность представления отчёта по контрольному мероприятию: 1. Отчёт представлен своевременно (4 б.). 2. Отчёт представлен не своевременно по уважительной причине. Качество отчёта соответствует предъявляемым требованиям (2–3 б.). 3. Отчёт представлен не своевременно по уважительной причине. В ряде компонентов отчёта допущены неточности (0–1 б.). 4. Отчёт представлен не своевременно без уважительной причины (–4 б.).	4

## Тема 4. Внутренняя и внешняя среда территории.

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **20**

Проходной балл: **10**

Показатели оценивания	Баллы
Владение навыком отстаивания собственной позиции при защите результатов исследования в рамках изучаемой темы: 1. Полные и аргументированные ответы на все вопросы (6 б.). 2. Наличие ответов на все вопросы, но полные и аргументированные ответы только на часть вопросов. Полные и аргументированные ответы даются только на часть вопросов, а ответы хотя бы на один заданный вопрос отсутствуют. (4–5 б.). 3. Наличие ответов на все вопросы, но не полных, недостаточно аргументированных, с затруднениями при ответах (1–3 б.). 4. Ответы на вопросы отсутствуют (0 б.).	6
Владение навыком демонстрации полученных результатов в ходе доклада по вопросам в рамках изучаемой темы: 1. Докладчик свободно владеет материалом, осознанно доводит материал до слушателей, способен гибко реагировать на изменение регламента (5 б.). 2. Докладчик в основном опирается на конспект доклада, испытывает затруднения при донесении материала до слушателей, при этом способен гибко реагировать на изменение регламента (3–4 б.). 3. Докладчик в основном опирается на конспект доклада, испытывает большие затруднения при донесении материала до слушателей, неэффективно использует время, отведённое ему на доклад (1–2 б.). 4. Студент отказывается делать доклад (0 б.).	5
Умение применять знания по теории и методологии дисциплины в рамках изучаемой темы: 1. Полностью раскрыты все основные теоретико-методологические аспекты (5 б.). 2. Возникли затруднения при раскрытии отдельных из теоретико-методологических аспектов (1–4 б.). 3. Возникли затруднения при раскрытии половины и более теоретико-методологических аспектов (0 б.).	5
Своевременность представления отчёта по контрольному мероприятию: 1. Отчёт представлен своевременно (4 б.). 2. Отчёт представлен не своевременно по уважительной причине. Качество отчёта соответствует предъявляемым требованиям (2–3 б.). 3. Отчёт представлен не своевременно по уважительной причине. В ряде компонентов отчёта допущены неточности (0–1 б.). 4. Отчёт представлен не своевременно без уважительной причины (–4 б.).	4

### Тема 5. Субъекты территориального маркетинга.

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **10**

Проходной балл: **5**

Показатели оценивания	Баллы
Владение навыком отстаивания собственной позиции при защите результатов исследования в рамках изучаемой темы: 1. Полные и аргументированные ответы на все вопросы (3 б.). 2. Наличие ответов на все вопросы, но полные и аргументированные ответы только на часть вопросов. Полные и аргументированные ответы даются только на часть вопросов, а ответы хотя бы на один заданный вопрос отсутствуют. (4–2,5 б.). 3. Наличие ответов на все вопросы, но не полных, недостаточно аргументированных, с затруднениями при ответах (0,5–1,5 б.). 4. Ответы на вопросы отсутствуют (0 б.).	3
Владение навыком демонстрации полученных результатов в ходе доклада по вопросам в рамках изучаемой темы: 1. Докладчик свободно владеет материалом, осознанно доводит материал до слушателей, способен гибко реагировать на изменение регламента (2,5 б.). 2.	2.5

Докладчик в основном опирается на конспект доклада, испытывает затруднения при донесении материала до слушателей, при этом способен гибко реагировать на изменение регламента (1,5–2,0 б.).3. Докладчик в основном опирается на конспект доклада, испытывает большие затруднения при донесении материала до слушателей, неэффективно использует время, отведённое ему на доклад (1,0–0,5 б.).4. Студент отказывается делать доклад (0 б.).	
Умение применять знания по теории и методологии дисциплины в рамках изучаемой темы:1. Полностью раскрыты все основные теоретико-методологические аспекты (2,5 б.).2. Возникли затруднения при раскрытии отдельных из теоретико-методологических аспектов (1–2 б.).3. Возникли затруднения при раскрытии половины и более теоретико-методологических аспектов (0 б.).	2.5
Своевременность представления отчёта по контрольному мероприятию:1. Отчёт представлен своевременно (2 б.).2. Отчёт представлен не своевременно по уважительной причине. Качество отчёта соответствует предъявляемым требованиям (1–1,5 б.).3. Отчёт представлен не своевременно по уважительной причине. В ряде компонентов отчёта допущены неточности (0–1 б.).4. Отчёт представлен не своевременно без уважительной причины (–2 б.).	2

### **Тема 7. Конкурентоспособность и конкурентные преимущества территорий.**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **15**

Проходной балл: **7**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
Владение навыком демонстрации полученных результатов в ходе доклада по вопросам в рамках изучаемой темы:1. Докладчик свободно владеет материалом, осознанно доводит материал до слушателей, способен гибко реагировать на изменение регламента (4 б.).2. Докладчик в основном опирается на конспект доклада, испытывает затруднения при донесении материала до слушателей, при этом способен гибко реагировать на изменение регламента (2–3,5 б.).3. Докладчик в основном опирается на конспект доклада, испытывает большие затруднения при донесении материала до слушателей, неэффективно использует время, отведённое ему на доклад (0,5–1,5 б.).4. Студент отказывается делать доклад (0 б.).	4
Владение навыком отстаивания собственной позиции при защите результатов исследования в рамках изучаемой темы:1. Полные и аргументированные ответы на все вопросы (4 б.).2. Наличие ответов на все вопросы, но полные и аргументированные ответы только на часть вопросов. Полные и аргументированные ответы даются только на часть вопросов, а ответы хотя бы на один заданный вопрос отсутствуют. (2–3,5 б.).3. Наличие ответов на все вопросы, но не полных, недостаточно аргументированных, с затруднениями при ответах (0,5–1,5 б.).4. Ответы на вопросы отсутствуют (0 б.).	4
Умение применять знания по теории и методологии дисциплины в рамках изучаемой темы:1. Полностью раскрыты все основные теоретико-методологические аспекты (4 б.).2. Возникли затруднения при раскрытии отдельных из теоретико-методологических аспектов (1–3,5 б.).3. Возникли затруднения при раскрытии половины и более	4

теоретико-методологических аспектов (0 б.).	
Своевременность представления отчёта по контрольному мероприятию: 1. Отчёт представлен своевременно (3 б.). 2. Отчёт представлен не своевременно по уважительной причине. Качество отчёта соответствует предъявляемым требованиям (1,5–2,5 б.). 3. Отчёт представлен не своевременно по уважительной причине. В ряде компонентов отчёта допущены неточности (0–1 б.). 4. Отчёт представлен не своевременно без уважительной причины (–2 б.).	3

### **Тема 9. Разработка деловых стратегий развития территории.**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **15**

Проходной балл: **7**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
Владение навыком демонстрации полученных результатов в ходе доклада по вопросам в рамках изучаемой темы: 1. Докладчик свободно владеет материалом, осознанно доводит материал до слушателей, способен гибко реагировать на изменение регламента (4 б.). 2. Докладчик в основном опирается на конспект доклада, испытывает затруднения при донесении материала до слушателей, при этом способен гибко реагировать на изменение регламента (2–3,5 б.). 3. Докладчик в основном опирается на конспект доклада, испытывает большие затруднения при донесении материала до слушателей, неэффективно использует время, отведённое ему на доклад (0,5–1,5 б.). 4. Студент отказывается делать доклад (0 б.). 4	4
Владение навыком отстаивания собственной позиции при защите результатов исследования в рамках изучаемой темы: 1. Полные и аргументированные ответы на все вопросы (4 б.). 2. Наличие ответов на все вопросы, но полные и аргументированные ответы только на часть вопросов. Полные и аргументированные ответы даются только на часть вопросов, а ответы хотя бы на один заданный вопрос отсутствуют. (2–3,5 б.). 3. Наличие ответов на все вопросы, но не полных, недостаточно аргументированных, с затруднениями при ответах (0,5–1,5 б.). 4. Ответы на вопросы отсутствуют (0 б.). 4	4
Умение применять знания по теории и методологии дисциплины в рамках изучаемой темы: 1. Полностью раскрыты все основные теоретико-методологические аспекты (4 б.). 2. Возникли затруднения при раскрытии отдельных из теоретико-методологических аспектов (1–3,5 б.). 3. Возникли затруднения при раскрытии половины и более теоретико-методологических аспектов (0 б.). 3	3
Своевременность представления отчёта по контрольному мероприятию: 1. Отчёт представлен своевременно (3 б.). 2. Отчёт представлен не своевременно по уважительной причине. Качество отчёта соответствует предъявляемым требованиям (1,5–2,5 б.). 3. Отчёт представлен не своевременно по уважительной причине. В ряде компонентов отчёта допущены неточности (0–1 б.). 4. Отчёт представлен не своевременно без уважительной причины (–2 б.).	3

### **Тема 10. Внедрение территориального маркетинга**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **20**

Проходной балл: **10**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
Владение навыком отстаивания собственной позиции при защите результатов исследования в рамках изучаемой темы:1. Полные и аргументированные ответы на все вопросы (6 б.).2. Наличие ответов на все вопросы, но полные и аргументированные ответы только на часть вопросов. Полные и аргументированные ответы даются только на часть вопросов, а ответы хотя бы на один заданный вопрос отсутствуют. (4–5 б.).3. Наличие ответов на все вопросы, но не полных, недостаточно аргументированных, с затруднениями при ответах (1–3 б.).4. Ответы на вопросы отсутствуют (0 б.).	6
Владение навыком демонстрации полученных результатов в ходе доклада по вопросам в рамках изучаемой темы:1. Докладчик свободно владеет материалом, осознанно доводит материал до слушателей, способен гибко реагировать на изменение регламента (5 б.).2. Докладчик в основном опирается на конспект доклада, испытывает затруднения при донесении материала до слушателей, при этом способен гибко реагировать на изменение регламента (3–4 б.).3. Докладчик в основном опирается на конспект доклада, испытывает большие затруднения при донесении материала до слушателей, неэффективно использует время, отведённое ему на доклад (1–2 б.).4. Студент отказывается делать доклад (0 б.).	5
Умение применять знания по теории и методологии дисциплины в рамках изучаемой темы:1. Полностью раскрыты все основные теоретико-методологические аспекты (5 б.).2. Возникли затруднения при раскрытии отдельных из теоретико-методологических аспектов (1–4 б.).3. Возникли затруднения при раскрытии половины и более теоретико-методологических аспектов (0 б.).	5
Своевременность представления отчёта по контрольному мероприятию:1. Отчёт представлен своевременно (4 б.).2. Отчёт представлен не своевременно по уважительной причине. Качество отчёта соответствует предъявляемым требованиям (2–3 б.).3. Отчёт представлен не своевременно по уважительной причине. В ряде компонентов отчёта допущены неточности (0–1 б.).4. Отчёт представлен не своевременно без уважительной причины (–4 б.).	4