

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ИЭФ



Ю.И. Соколов

01 сентября 2020 г.



Кафедра «Экономика транспортной инфраструктуры и управление строительным бизнесом»

Автор Добрин Алексей Юрьевич, к.э.н.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг территорий

Направление подготовки:	38.03.04 – Государственное и муниципальное управление
Профиль:	Управление государственной и муниципальной собственностью
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Форма обучения:	очная
Год начала подготовки	2020

Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии института Протокол № 1 31 августа 2020 г. Председатель учебно-методической комиссии  М.В. Ишханян	Одобрено на заседании кафедры Протокол № 1 31 августа 2020 г. Заведующий кафедрой  Д.А. Мачерет
--	--

Рабочая программа учебной дисциплины (модуля) в виде электронного документа выгружена из единой корпоративной информационной системы управления университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)
ID подписи: 3344
Подписал: Заведующий кафедрой Мачерет Дмитрий Александрович
Дата: 31.08.2020

Москва 2020 г.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения учебной дисциплины «Маркетинг территорий» являются: формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в области территориального маркетинга, умения применять инструменты маркетинга территорий, владения методами прогнозирования развития социально-экономических организационных процессов в регионах РФ.

Предметом курса является освещение вопросов применения инструментов маркетинга территорий, а также методов экономической оценки мероприятий, направленных на развитие территорий.

В соответствии с требованиями ФГОС ВПО поколения 3+ при изучении данной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции: ПКС-1 и ПКС-2.

Дисциплина формирует у студентов базовые теоретические знания и основные практические навыки в области маркетинга территорий.

2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Учебная дисциплина "Маркетинг территорий" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его вариативную часть.

2.1. Наименования предшествующих дисциплин

2.2. Наименование последующих дисциплин

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины студент должен:

№ п/п	Код и название компетенции	Ожидаемые результаты
1	ПКС-1 Способен разрабатывать и обосновывать управленческие решения, связанные с управлением государственной и муниципальной собственностью, для органов власти всех уровней	ПКС-1.1 Знает основные принципы разработки и обоснования управленческих решений, связанных с работой органов власти ПКС-1.2 Владеет инструментарием управления государственной и муниципальной собственностью
2	ПКС-2 Способен выполнять экспертные, плановые, сметные расчеты и расчеты экономической эффективности проектов и мероприятий	ПКС-2.1 Применяет на практике технологии экспертных, плановых и сметных расчетов ПКС-2.2 Владеет инструментарием расчетов экономической эффективности проектов и мероприятий

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСАХ

4.1. Общая трудоемкость дисциплины составляет:

4 зачетных единиц (144 ак. ч.).

4.2. Распределение объема учебной дисциплины на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающихся

Вид учебной работы	Количество часов	
	Всего по учебному плану	Семестр 6
Контактная работа	74	74,15
Аудиторные занятия (всего):	74	74
В том числе:		
лекции (Л)	30	30
практические (ПЗ) и семинарские (С)	44	44
Самостоятельная работа (всего)	34	34
Экзамен (при наличии)	36	36
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, часы:	144	144
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, зач.ед.:	4.0	4.0
Текущий контроль успеваемости (количество и вид текущего контроля)	КР (1), ПК1, ПК2	КР (1), ПК1, ПК2
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	ЭК	ЭК

4.3. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	6	Раздел 1 Предмет и объект исследования маркетинга территорий Лекция 1 Предмет и объект исследования маркетинга территорий. Лекция 2 Развитие теорий маркетинга территорий.	2		2		2	6	
2	6	Раздел 2 Основы маркетинга территории Лекция 1 Сущность и разновидности территориального маркетинга. Лекция 2 Субъекты маркетинга территорий, их цели и интересы.	2		2		4	8	
3	6	Раздел 3 Практическое значение маркетинга территорий Лекция 1 Инструменты маркетинга территорий. Лекция 2 Стратегии маркетинга территорий.	4		4		4	12	ПК1
4	6	Раздел 4 Особенности маркетинга территорий Лекция 1 Социально-экономический аспект маркетинга территорий. Лекция 2	4		4		5	13	

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежу-точной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		Маркетинг и продвижение территорий в РФ							
5	6	Раздел 5 Брендинг мест Лекция 1 Составляющие бренда: формальное и эмоциональное восприятие. Лекция 2 Национальный брендинг, региональный маркетин. городской маркетинг.	2		4		5	11	
6	6	Раздел 6 Потребительская ценность территории Лекция 1 Территориальный продукт. Ценность территории: для жителей, туристов, инвесторов... Лекция 2 Размещение, распределение территориального продукта.	4		4		5	13	
7	6	Раздел 7 Условия, принципы и факторы маркетинга территорий Лекция 1 Природные условия и ресурсы. Типы районов. Лекция 2 Принципы размещения производительных сил. Факторы размещения.	4		18			22	ПК2
8	6	Раздел 8 Закономерности в размещении экономических,	4		4		3	11	

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		социальных и природных объектов, территориальной организации хозяйства Лекция 1 Особенности размещения производительных сил и территориальной организации хозяйства. Лекция 2 Закономерности в размещении объектов.							
9	6	Раздел 9 Обобщенные показатели экономической эффективности размещения производства и социально-экономического развития регионов Лекция 1 Показатели экономической эффективности. Дисконтирование денежных потоков. Лекция 2 Затраты на размещение производительных сил.	4		2		6	12	КР
10	6	Экзамен						36	ЭК
11		Всего:	30		44		34	144	

4.4. Лабораторные работы / практические занятия

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены.

Практические занятия предусмотрены в объеме 44 ак. ч.

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование занятий	Всего часов/ из них часов в интерактивной форме
1	2	3	4	5
1	6		Предмет и объект исследования маркетинга территорий Лекция 1 Предмет и объект исследования маркетинга территорий. Лекция 2 Развитие теорий маркетинга территорий.	2
2	6		Основы маркетинга территории Лекция 1 Сущность и разновидности территориального маркетинга. Лекция 2 Субъекты маркетинга территорий, их цели и интересы.	2
3	6		Практическое значение маркетинга территорий Лекция 1 Инструменты маркетинга территорий. Лекция 2 Стратегии маркетинга территорий.	4
4	6		Особенности маркетинга территорий Лекция 1 Социально-экономический аспект маркетинга территорий. Лекция 2 Маркетинг и продвижение территорий в РФ	4

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование занятий	Всего часов/ из них часов в интерактивной форме
1	2	3	4	5
5	6		Брендинг мест Лекция 1 Составляющие бренда: формальное и эмоциональное восприятие. Лекция 2 Национальный брендинг, региональный маркетинг. городской маркетинг.	4
6	6		Потребительская ценность территории Лекция 1 Территориальный продукт. Ценность территории: для жителей, туристов, инвесторов... Лекция 2 Размещение, распределение территориального продукта.	4
7	6		Условия, принципы и факторы маркетинга территорий Лекция 1 Природные условия и ресурсы. Типы районов. Лекция 2 Принципы размещения производительных сил. Факторы размещения.	18
8	6		Закономерности в размещении экономических, социальных и природных объектов, территориальной организации хозяйства Лекция 1 Особенности размещения производительных сил и территориальной организации хозяйства. Лекция 2 Закономерности в размещении объектов.	4

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование занятий	Всего часов/ из них часов в интерактивной форме
1	2	3	4	5
9	6		Обобщенные показатели экономической эффективности размещения производства и социально-экономического развития регионов Лекция 1 Показатели экономической эффективности. Дисконтирование денежных потоков. Лекция 2 Затраты на размещение производительных сил.	2
ВСЕГО:				44/0

4.5. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Учебным планом предусмотрена курсовая работа.

Тема: «Комплексное развитие региона». По вариантам.

Студенты выбирают по одному субъекту РФ с поэтапным анализом региона.

Курсовая содержит следующие разделы:

1

Общее описание региона.

2

Анализ деятельности региона.

3

Территориальный продукт и анализ потребительской ценности территории.

4

Анализ взаимодействия с другими субъектами РФ и зарубежными государствами.

5

Анализ возможностей региона.

6

Разработка стратегии развития региона.

7

Брендинг региона.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Для обеспечения качественного образовательного процесса по данной дисциплине применяются следующие образовательные технологии:

?

традиционные: лекции, семинарские занятия, практические занятия, диспут.

?

интерактивные: вебинары (электронные семинары), чат, форумы, интернет-конференции;

?

самостоятельная работа студентов.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Вид самостоятельной работы студента. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы	Всего часов
1	2	3	4	5
1	6		Предмет и объект исследования маркетинга территорий Лекция 1 Предмет и объект исследования маркетинга территорий. Лекция 2 Развитие теорий маркетинга территорий.	2
2	6		Основы маркетинга территории Лекция 1 Сущность и разновидности территориального маркетинга. Лекция 2 Субъекты маркетинга территорий, их цели и интересы.	4
3	6		Практическое значение маркетинга территорий Лекция 1 Инструменты маркетинга территорий. Лекция 2 Стратегии маркетинга территорий.	4
4	6		Особенности маркетинга территорий Лекция 1 Социально-экономический аспект маркетинга территорий. Лекция 2 Маркетинг и продвижение территорий в РФ	5
5	6		Брендинг мест Лекция 1 Составляющие бренда: формальное и эмоциональное восприятие. Лекция 2 Национальный брендинг, региональный маркетинг. городской маркетинг.	5

6	6		<p>Потребительская ценность территории</p> <p>Лекция 1 Территориальный продукт. Ценность территории: для жителей, туристов, инвесторов...</p> <p>Лекция 2 Размещение, распределение территориального продукта.</p>	5
7	6		<p>Закономерности в размещении экономических, социальных и природных объектов, территориальной организации хозяйства</p> <p>Лекция 1 Особенности размещения производительных сил и территориальной организации хозяйства. Лекция 2 Закономерности в размещении объектов.</p>	3
8	6		<p>Обобщенные показатели экономической эффективности размещения производства и социально-экономического развития регионов</p> <p>Лекция 1 Показатели экономической эффективности. Дисконтирование денежных потоков. Лекция 2 Затраты на размещение производительных сил.</p>	6
ВСЕГО:				34

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Основная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
1	Маркетинг территорий : учебное пособие	Ковалева, Л.В.	Тюмень : ТюмГУ, 2017 — 284 с., 2017 http://www.e.lanbook.com	Все разделы
2	Конструирование города-бренда	А. И. Щербинин, Н. Г. Щербинина, А. В. Севостьянов	Москва : Аспект Пресс, 2018 — 240 с., 2018 http://www.e.lanbook.com	5, 6, 7

7.2. Дополнительная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
3	Проектно-сметное дело в железнодорожном строительстве: Учебник для вузов	Под ред. Волкова Б.А.	М.: Желдориздат, 2012 – 500 с., 2019	8,9
4	Брендинг территорий. Лучшие мировые практики	под редакцией К. Динн ; перевод с английского В. Сечной.	Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013 — 336 с., 2016 http://www.e.lanbook.com	Все разделы

8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

- 1 www.library.miit.ru - НТБ МИИТа.
- 2 <http://www.htbs-miit.ru:9999/biblio/biblio.html>
- 3 www.rsl.ru - Российская государственная библиотека.
- 4 <http://www.knigafund.ru>
- 5 <http://www.e.lanbook.com>

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Требования к программному обеспечению при прохождении учебной дисциплины:
Наличие программного пакета Microsoft Office.

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

Лекции сопровождаются мультимедийными слайдами.

Для проведения аудиторных занятий и самостоятельной работы требуется:

- 1 Рабочее место преподавателя с персональным компьютером, подключённым к сети INTERNET.

2 Специализированная лекционная аудитория с мультимедиа аппаратурой (проектор, динамики).

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Изучение дисциплины «Маркетинг территорий» производится в тематической последовательности. Каждому практическому занятию и самостоятельному изучению материала предшествует лекция по данной теме.

Все типы заданий, выполняемых студентами, в том числе в процессе самостоятельной работы, так или иначе, содержат установку на приобретение и закрепление определенного Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования объема знаний, а также на формирование в рамках этих знаний некоторых навыков мыслительных операций - умения оценивать, анализировать, сравнивать, комментировать и т.д.

Учебная дисциплина «Маркетинг территорий» изучается в шестом семестре.

Семестр посвящен изучению теоретических основ маркетинга территорий, студенты знакомятся с основными проблемами, понятиями, приемами и методами дисциплины.

Работа с литературой

Важной составляющей самостоятельной внеаудиторной подготовки является работа с литературой ко всем видам занятий: практическим, при подготовке к зачетам, тестированию, участию в научных конференциях. Умение работать с литературой означает научиться осмысленно пользоваться источниками. Прежде чем приступить к освоению научной литературы, рекомендуется чтение учебников и учебных пособий. Существует несколько методов работы с литературой. Один из них – самый известный – метод повторения: прочитанный текст можно заучить наизусть. Простое повторение воздействует на память механически и поверхностно. Полученные таким путем сведения легко забываются. Наиболее эффективный метод – метод кодирования: прочитанный текст нужно подвергнуть большей, чем простое заучивание, обработке. Чтобы основательно обработать информацию и закодировать ее для хранения, важно произвести целый ряд мыслительных операций: прокомментировать новые данные; оценить их значение; поставить вопросы; сопоставить полученные сведения с ранее известными. Для улучшения обработки информации очень важно устанавливать осмысленные связи, структурировать новые сведения.

Практические занятия.

Для того чтобы практические занятия приносили максимальную пользу, необходимо помнить, что упражнение и решение задач проводятся по вычитанному на лекциях материалу и связаны, как правило, с детальным разбором отдельных вопросов лекционного курса. Следует подчеркнуть, что только после усвоения лекционного материала с определенной точки зрения (а именно с той, с которой он излагается на лекциях) он будет закрепляться на практических занятиях как в результате обсуждения и анализа лекционного материала, так и с помощью решения проблемных ситуаций, задач. При этих условиях студент не только хорошо усвоит материал, но и научится применять его на практике, а также получит дополнительный стимул (и это очень важно) для активной проработки лекции.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до

окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Домашнее задание – форма самостоятельной работы студента по подготовке письменной работы либо по теме, предлагаемой преподавателем, либо по одной из тем, предлагаемых кафедрой. Выполнение этой работы предполагает обстоятельное изложение теории вопроса домашнего задания, сравнительный анализ законодательных положений, регулирующих данный вопрос в развитии, предложения и рекомендации автора по проблемам дальнейшего совершенствования законодательства. По своему объему, форме подготовки и по содержанию домашнее задание приближается к требованиям, предъявляемым к реферату.

Контрольная работа выполняется в форме письменного ответа на вопрос задания или решения задачи. Содержание подготовленного студентом ответа на поставленный вопрос должно показать знание студентом теории вопроса.

Серьезная и методически грамотно организованная работа по подготовке к семинарским занятиям, написанию письменных работ значительно облегчит подготовку к экзаменам и зачетам. Основными функциями экзамена, зачета являются: обучающая, оценочная и воспитательная. Экзамены и зачеты позволяют выработать ответственность, трудолюбие, принципиальность. При подготовке к зачету, экзамену студент повторяет, как правило, ранее изученный материал. В этот период сыграют большую роль правильно подготовленные заранее записи и конспекты. Студенту останется лишь повторить пройденное, учесть, что было пропущено, восполнить пробелы при подготовке к семинарам, закрепить ранее изученный материал.