

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»
(РУТ (МИИТ))



Рабочая программа дисциплины (модуля),
как компонент образовательной программы
высшего образования - программы бакалавриата
по направлению подготовки
38.03.04 Государственное и муниципальное
управление,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Маркетинг территорий

Направление подготовки: 38.03.04 Государственное и муниципальное
управление

Направленность (профиль): Государственная политика и управление в
транспортной отрасли

Форма обучения: Очная

Рабочая программа 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: 3068
Подписал: заведующий кафедрой Ступникова Елена
Анатольевна
Дата: 03.06.2024

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

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

Задачами освоения дисциплины является формирование у обучающихся теоретических знаний в области маркетинга территорий, освещение вопросов применения инструментов маркетинга территорий, а также методов экономической оценки мероприятий, направленных на развитие территорий.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

Перечень формируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) в результате обучения по дисциплине (модулю):

ПК-2 - Способен предлагать варианты решений, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения, а также нести за них социальную ответственность;

ПК-4 - Способен осуществлять поиск актуальной информации в электронно-информационной среде;

ПК-6 - Способен участвовать в разработке стратегии развития транспортной отрасли, планировать и обосновывать мероприятия, направленные на ее реализацию.

Обучение по дисциплине (модулю) предполагает, что по его результатам обучающийся будет:

Знать:

- принципы поиска и анализа информации, целеполагания, сущность и виды проектов в области маркетинга территорий;
- методологию анализа экономической эффективности проектов, виды рисков и методы их снижения при разработке и реализации проектов;
- методологию управления государственным и муниципальным имуществом;
- законодательство, регулирующее данную деятельность.

Уметь:

- определять характеристики результатов, рисков, эффективного управления ресурсами в ходе реализации проектов;
- уметь анализировать проекты с целью управления;

- анализировать возможные мероприятия по развитию территорий, привлечения инвестиций в развитие.

Владеть:

- навыками определения и формулировки целей проектов;
- приемами анализа и оценки рисков проектов и выполнения соответствующих расчетов;
- навыками подготовки предложений по реализации инвестиционных проектов с государственным финансированием;
- навыками разработки элементарной стратегии развития территорий.

3. Объем дисциплины (модуля).

3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 з.е. (144 академических часа(ов)).

3.2. Объем дисциплины (модуля) в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Тип учебных занятий	Количество часов	
	Всего	Семестр №5
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	64	64
В том числе:		
Занятия лекционного типа	32	32
Занятия семинарского типа	32	32

3.3. Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации составляет 80 академических часа (ов).

3.4. При обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении, объем дисциплины (модуля) может быть реализован полностью в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации.

4. Содержание дисциплины (модуля).

4.1. Занятия лекционного типа.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
1	Основы маркетинга территории. Рассматриваемые вопросы: - предмет и объект исследования маркетинга территорий; - развитие теории маркетинга территорий.
2	Основы маркетинга территории. Рассматриваемые вопросы: - сущность и разновидности территориального маркетинга; - субъекты маркетинга территорий, их цели и интересы.
3	Основы маркетинга территории. Рассматриваемые вопросы: - практическое значение маркетинга территорий; - условия, принципы и факторы маркетинга территорий.
4	Основы маркетинга территории. Рассматриваемые вопросы: - инструменты маркетинга территорий.
5	Основы маркетинга территории. Рассматриваемые вопросы: - стратегии маркетинга территорий.
6	Потребительская ценность территорий. Рассматриваемые вопросы: - составляющие бренда: формальное и эмоциональное восприятие.
7	Потребительская ценность территорий. Рассматриваемые вопросы: - национальный брендинг, региональный маркетинг городской маркетинг.
8	Потребительская ценность территорий. Рассматриваемые вопросы: - территориальный продукт; - размещение, распределение территориального продукта; - ценность территории: для жителей, туристов, инвесторов и т.д.
9	Потребительская ценность территорий. Рассматриваемые вопросы: - природные условия и ресурсы; - типы районов.
10	Потребительская ценность территорий. Рассматриваемые вопросы: - территориальные особенности субъектов РФ.
11	Закономерности в размещении экономических, социальных и природных объектов, территориальной организации хозяйства. Рассматриваемые вопросы: - особенности размещения производительных сил и территориальной организации хозяйства; - закономерности в размещении объектов.
12	Закономерности в размещении экономических, социальных и природных объектов, территориальной организации хозяйства. Рассматриваемые вопросы:

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	- принципы размещения производительных сил; - факторы размещения; - затраты на размещение производительных сил.
13	Закономерности в размещении экономических, социальных и природных объектов, территориальной организации хозяйства. Рассматриваемые вопросы: - обобщенные показатели экономической эффективности размещения производства и социально-экономического развития регионов.
14	Закономерности в размещении экономических, социальных и природных объектов, территориальной организации хозяйства. Рассматриваемые вопросы: - показатели экономической эффективности; - дисконтирование денежных потоков.
15	Закономерности в размещении экономических, социальных и природных объектов, территориальной организации хозяйства. Рассматриваемые вопросы: - социально-экономический аспект маркетинга территорий.
16	Закономерности в размещении экономических, социальных и природных объектов, территориальной организации хозяйства. Рассматриваемые вопросы: - маркетинг и продвижение территорий в РФ.

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	Основы маркетинга территории. В результате выполнения практического задания на семинарском занятии студент получает знания о предмете и объекте исследования маркетинга территорий, анализирует понятия «маркетинг территорий», «территориальный маркетинг», «маркетинг на территории».
2	Основы маркетинга территории. В результате выполнения практического задания на семинарском занятии студент изучает разновидности территориального маркетинга, учится основам стратегии территориального маркетинга.
3	Основы маркетинга территории. В результате выполнения практического задания на семинарском занятии студент учится анализировать субъекты маркетинга территорий, их цели и интересы, знакомится с инструментами маркетинга территорий на примерах реальных кейсов с их анализом.
4	Основы маркетинга территории. В результате выполнения практического задания на семинарском занятии студент знакомится с социально-экономическим аспектом маркетинга территорий, учится анализировать социальные факторы развития территорий.
5	Потребительская ценность территорий. В результате выполнения практического задания на семинарском занятии студент начинает анализ выбранного субъекта РФ, подготавливает общие данные о регионе.
6	Потребительская ценность территорий. В результате выполнения практического задания на семинарском занятии студент учится

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
	анализировать региональные особенности территорий: географические и климатические особенности, расположение, наличие транспортных коммуникаций, близость к госгранице и т.п.
7	<p>Потребительская ценность территорий.</p> <p>В результате выполнения практического задания на семинарском занятии студент знакомится с неформальными признаками региона, ассоциативным рядом бренда территории, его влиянием на поведение потребителей территориального продукта.</p>
8	<p>Потребительская ценность территорий.</p> <p>В результате выполнения практического задания на семинарском занятии студент учится разрабатывать бренд территории, логотип, слоган, стилистику мероприятий по продвижению бренда.</p>
9	<p>Потребительская ценность территорий.</p> <p>В результате выполнения практического задания на семинарском занятии студент учится анализировать возможные стратегии развития региона, в том числе в области туризма, производства и т.д.</p>
10	<p>Закономерности в размещении экономических, социальных и природных объектов, территориальной организации хозяйства.</p> <p>В результате выполнения практического задания на семинарском занятии студент знакомится с особенностями размещения производительных сил и территориальной организации хозяйства, с анализом примеров.</p>
11	<p>Закономерности в размещении экономических, социальных и природных объектов, территориальной организации хозяйства.</p> <p>В результате выполнения практического задания на семинарском занятии студент учится анализировать закономерности в размещении объектов с учетом природных условий и ресурсов, принципов и факторов размещения производительных сил, экономических связей.</p>
12	<p>Закономерности в размещении экономических, социальных и природных объектов, территориальной организации хозяйства.</p> <p>В результате выполнения практического задания на семинарском занятии студент учится анализировать экономическую эффективность размещения объектов.</p>
13	<p>Закономерности в размещении экономических, социальных и природных объектов, территориальной организации хозяйства.</p> <p>В результате выполнения практического задания на семинарском занятии студент учится анализировать эффективность развития территорий. Анализ по параметрам: население, производство, рекреация, рабочие места и т.п.</p>
14	<p>Закономерности в размещении экономических, социальных и природных объектов, территориальной организации хозяйства.</p> <p>В результате выполнения практического задания на семинарском занятии студент учится анализировать предложенные стратегии развития региона.</p>
15	<p>Закономерности в размещении экономических, социальных и природных объектов, территориальной организации хозяйства.</p> <p>В результате выполнения практического задания на семинарском занятии студент учится анализировать стратегии социально-экономического развития выбранного региона, а также разрабатывать отдельные элементы стратегии.</p>
16	<p>Закономерности в размещении экономических, социальных и природных объектов, территориальной организации хозяйства.</p> <p>На семинарском занятии выполняется совместный анализ разработанных студентами стратегий развития регионов. В результате дискуссии и обсуждения закрепляются полученные навыки.</p>

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Подготовка к практическим занятиям.
2	Работа с лекционным материалом.
3	Работа с литературой.
4	Выполнение курсовой работы.
5	Подготовка к промежуточной аттестации.
6	Подготовка к текущему контролю.

4.4. Примерный перечень тем курсовых работ

Тема и содержание курсовых работ зависит от индивидуального варианта.

В течение семестра студент выполняет курсовую работу по теме «Маркетинг территории на примере субъекта РФ «_____».

Курсовая работа состоит из кейс-заданий, исходные данные для которых каждому студенту выдаются в соответствии с индивидуальным вариантом.

5. Перечень изданий, которые рекомендуется использовать при освоении дисциплины (модуля).

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Экономика строительства железных дорог: учебник / Б.А. Волков и др.; под ред. Б.А. Волкова. — М.: ФГБУ ДПО «Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте», 2018. — 397 с. ISBN 978-5-906938-81-7.	https://umczdt.ru/books/45/225465/ (дата обращения: 15.04.2024). Текст: электронный.
2	Государственно-частное партнерство: учебник / Б.А. Волков, А.Ю. Добрин, под ред. Б.А. Волкова. — М.: ФГБУ ДПО «Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте», 2019. — 126 с. ISBN 978-5-907055-91-9.	https://umczdt.ru/books/45/232052/ (дата обращения: 15.04.2024). Текст: электронный.
3	Логунцова, И. В. Маркетинг территорий : учебник и практикум для вузов / И. В. Логунцова, И. В. Малькова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 163 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04913-8.	https://urait.ru/bcode/535999 (дата обращения: 15.04.2024). Текст: электронный.

6. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, которые могут использоваться при освоении дисциплины (модуля).

Научно-техническая библиотека РУТ (МИИТ): <http://library.miit.ru>

Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте: <https://umczdt.ru>

Образовательная платформа ЮРАЙТ <https://urait.ru/>

Портал развития ГЧП в России: <https://pppi.ru>

Федеральная служба государственной статистики: <https://www.gks.ru>

Официальный сайт Банка России: <https://www.cbr.ru/>

Финансовый портал «Финам.ру»: <https://www.finam.ru/>

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, необходимого для освоения дисциплины (модуля).

Офисный пакет приложений Microsoft Office.

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

лекция – мультимедиа, практика – мультимедиа

9. Форма промежуточной аттестации:

Курсовая работа в 5 семестре.

Экзамен в 5 семестре.

10. Оценочные материалы.

Оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной аттестации, разрабатываются в соответствии с локальным нормативным актом РУТ (МИИТ).

Авторы:

доцент, к.н. кафедры «Экономика
транспортной инфраструктуры и
управление строительным бизнесом»

А.Ю. Добрин

Согласовано:

Заведующий кафедрой ЭТИиУСБ
Председатель учебно-методической
комиссии

Е.А. Ступникова

М.В. Ишханян