

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 элементов 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	Потребительская ценность территорий. 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.
8	Потребительская ценность территорий. В результате выполнения практического задания на семинарском занятии студент учится разрабатывать бренд территории, логотип, слоган, стилистику мероприятий по продвижению бренда.
9	Потребительская ценность территорий. 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.
10	Закономерности в размещении экономических, социальных и природных объектов, территориальной организации хозяйства. В результате выполнения практического задания на семинарском занятии студент знакомится с особенностями размещения производительных сил и территориальной организации хозяйства, с анализом примеров.
11	Закономерности в размещении экономических, социальных и природных объектов, территориальной организации хозяйства. 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.
12	Закономерности в размещении экономических, социальных и природных объектов, территориальной организации хозяйства. В результате выполнения практического задания на семинарском занятии студент учится анализировать экономическую эффективность размещения объектов.
13	Закономерности в размещении экономических, социальных и природных объектов, территориальной организации хозяйства. 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.
14	Закономерности в размещении экономических, социальных и природных объектов, территориальной организации хозяйства. В результате выполнения практического задания на семинарском занятии студент учится анализировать предложенные стратегии развития региона.
15	Закономерности в размещении экономических, социальных и природных объектов, территориальной организации хозяйства. В результате выполнения практического задания на семинарском занятии студент учится анализировать стратегии социально-экономического развития выбранного региона, а также разрабатывать отдельные элементы стратегии.
16	Закономерности в размещении экономических, социальных и природных объектов, территориальной организации хозяйства. На семинарском занятии выполняется совместный анализ разработанных студентами стратегий развития регионов. В результате дискуссии и обсуждения закрепляются полученные навыки.

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.

Список субъектов РФ:

- 01 Республика Адыгея
- 02 Республика Башкортостан
- 03 Республика Бурятия
- 04 Республика Алтай
- 05 Республика Дагестан
- 06 Республика Ингушетия
- 07 Кабардино-Балкарская Республика
- 08 Республика Калмыкия
- 09 Карачаево-Черкесская Республика
- 10 Республика Карелия
- 11 Республика Коми
- 12 Республика Марий Эл
- 13 Республика Мордовия
- 14 Республика Саха (Якутия)
- 15 Республика Северная Осетия - Алания
- 16 Республика Татарстан (Татарстан)
- 17 Республика Тыва

- 18 Удмуртская Республика
- 19 Республика Хакасия
- 20 Чеченская Республика
- 21 Чувашская Республика - Чувашия
- 22 Алтайский край
- 23 Краснодарский край
- 24 Красноярский край
- 25 Приморский край
- 26 Ставропольский край
- 27 Хабаровский край
- 28 Амурская область
- 29 Архангельская область
- 30 Астраханская область
- 31 Белгородская область
- 32 Брянская область
- 33 Владимирская область
- 34 Волгоградская область
- 35 Вологодская область
- 36 Воронежская область
- 37 Ивановская область
- 38 Иркутская область
- 39 Калининградская область
- 40 Калужская область
- 41 Камчатский край
- 42 Кемеровская область - Кузбасс
- 43 Кировская область
- 44 Костромская область
- 45 Курганская область
- 46 Курская область
- 47 Ленинградская область
- 48 Липецкая область

- 49 Магаданская область
- 50 Московская область
- 51 Мурманская область
- 52 Нижегородская область
- 53 Новгородская область
- 54 Новосибирская область
- 55 Омская область
- 56 Оренбургская область
- 57 Орловская область
- 58 Пензенская область
- 59 Пермский край
- 60 Псковская область
- 61 Ростовская область
- 62 Рязанская область
- 63 Самарская область
- 64 Саратовская область
- 65 Сахалинская область
- 66 Свердловская область
- 67 Смоленская область
- 68 Тамбовская область
- 69 Тверская область
- 70 Томская область
- 71 Тульская область
- 72 Тюменская область
- 73 Ульяновская область
- 74 Челябинская область
- 75 Забайкальский край
- 76 Ярославская область
- 77 г. Москва
- 78 г. Санкт-Петербург
- 79 Еврейская автономная область

- 83 Ненецкий автономный округ
- 86 Ханты-Мансийский автономный округ - Югра
- 87 Чукотский автономный округ
- 89 Ямало-Ненецкий автономный округ
- 91 Республика Крым
- 92 г. Севастополь
- 99 иные территории, включая город и космодром Байконур

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.mii.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).

Для проведения лекционных и практических занятий необходима аудитория, оснащенная мультимедиа аппаратурой.

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

Е.А. Ступникова

Председатель учебно-методической
комиссии

М.В. Ишханян