

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
образования «Вятский государственный университет»  
(ВятГУ)  
г. Киров

Утверждаю  
Директор/Декан Соболева О. Н.



Номер регистрации  
РПД\_3-38.03.04.01\_2018\_94744  
Актуализировано: 15.04.2021

**Рабочая программа дисциплины**  
**Маркетинг территорий**

	наименование дисциплины
Квалификация выпускника	Бакалавр пр.
Направление подготовки	38.03.04 шифр
	Государственное и муниципальное управление наименование
Направленность (профиль)	3-38.03.04.01 шифр
	Региональное управление наименование
Формы обучения	Заочная, Очная наименование
Кафедра-разработчик	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ) наименование
Выпускающая кафедра	Кафедра государственного и муниципального управления (ОРУ) наименование

## Сведения о разработчиках рабочей программы дисциплины

Фокина Ольга Васильевна

---

ФИО

Березина Екатерина Александровна

---

ФИО

## Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины	Дать обучающимся, будущим специалистам в области управления, комплекс современных знаний, умений и навыков, необходимых для профессиональной деятельности по управлению региональным развитием.
Задачи дисциплины	<p>научить разрабатывать варианты размещения населения по территории региона, обосновывать их выбор по критериям социальной и экономической эффективности;</p> <p>изучить процедуру проведения анализа рынка труда региона;</p> <p>усвоить экономические и правовые понятия, необходимые для изучения других экономических дисциплин и практической деятельности;</p> <p>сформировать научное и практическое мировоззрение, экономической и правовой культуры, способности принимать правильные решения в профессиональной деятельности.</p>

### Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

#### Компетенция ОПК-2

способностью находить организационно-управленческие решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений		
Знает	Умеет	Владеет
<p>общие основы управления территорией с позиции территориального маркетинга; субъекты маркетинга территорий, их цели и интересы;</p> <p>инструменты маркетинга территории; рыночные возможности территории;</p> <p>методы и средства продвижения территории.</p>	<p>выявлять и развивать конкурентные преимущества территории;</p> <p>применять маркетинговые инструменты для повышения привлекательности территории.</p>	<p>- теоретическими знаниями и практическими навыками по подготовке информации для проведения анализа, проведению аналитических процедур, оформлению результатов анализа.</p>

#### Компетенция ПК-27

способностью участвовать в разработке и реализации проектов в области государственного и муниципального управления		
Знает	Умеет	Владеет
<p>основные группы субъектов территориального маркетинга, особую роль органов власти и организации взаимодействия и координации деятельности разных субъектов</p>	<p>выбирать наиболее оптимальные процессы и методы управления по развитию комплекса инструментов территориального маркетинга; ставить цели и формулировать задачи,</p>	<p>методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование, контроль) на территории; методами позиционирования и дифференциации</p>

территориального маркетинга	связанные с реализацией функций управления; анализировать внешние и внутренние факторы, влияющие на развитие территории.	территории; современным инструментарием управления регионом
-----------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------

**Структура дисциплины**  
**Тематический план**

№ п/п	Наименование разделов дисциплины	Шифр формируемых компетенций
1	Теоретические основы маркетинга территорий региона	ОПК-2, ПК-27
2	Комплекс средств маркетинга территорий региона	ОПК-2
3	Стратегический маркетинг территорий региона	ПК-27
4	Подготовка и прохождение промежуточной аттестации	ОПК-2, ПК-27

**Формы промежуточной аттестации**

Зачет	4 семестр (Очная форма обучения) 5 семестр (Заочная форма обучения)
Экзамен	Не предусмотрен (Очная форма обучения) Не предусмотрен (Заочная форма обучения)
Курсовая работа	Не предусмотрена (Очная форма обучения) Не предусмотрена (Заочная форма обучения)
Курсовой проект	Не предусмотрена (Очная форма обучения) Не предусмотрена (Заочная форма обучения)

### Трудоемкость дисциплины

Форма обучения	Курсы	Семестры	Общий объем (трудоемкость)		Контактная работа, час	в том числе аудиторная контактная работа обучающихся с преподавателем, час				Самостоятельная работа, час	Курсовая работа (проект), семестр	Зачет, семестр	Экзамен, семестр
			Часов	ЗЕТ		Всего	Лекции	Семинарские, практические занятия	Лабораторные занятия				
Очная форма обучения	2	4	108	3	66.5	36	18	18	0	41.5		4	
Заочная форма обучения	3	5	108	3	14.5	14	6	8	0	93.5		5	

## Содержание дисциплины

### Очная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
<b>Раздел 1 «Теоретические основы маркетинга территорий региона»</b>		<b>40.00</b>
<b>Лекции</b>		
Л1.1	Сущность, цели и разновидности территориального маркетинга	2.00
Л1.2	Среда маркетинга территорий региона	2.00
Л1.3	Методы маркетинга территорий региона	2.00
Л1.4	Конкуренция и конкурентоспособность территорий региона	2.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П1.1	Анализ степени удовлетворенности потребителей территорий региона	2.00
П1.2	Изучение внутренних и внешних факторов маркетинга территорий региона	2.00
П1.3	Позиционирование территорий региона	2.00
П1.4	Оценка конкурентоспособности территорий региона	2.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
С1.1	Самостоятельное изучение разделов и тем дисциплины	14.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	10.00
<b>Раздел 2 «Комплекс средств маркетинга территорий региона»</b>		<b>32.00</b>
<b>Лекции</b>		
Л2.1	Региональный продукт. Ценообразование регионального продукта	2.00
Л2.2	Месторасположение и продвижение регионального продукта	2.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П2.1	Анализ регионального продукта. Оценка цены регионального продукта	2.00
П2.2	Оценка месторасположения и уровня продвижения регионального продукта	2.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
С2.1	Самостоятельное изучение разделов и тем дисциплины	14.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР2.1	Контактная внеаудиторная работа	10.00
<b>Раздел 3 «Стратегический маркетинг территорий региона»</b>		<b>32.00</b>
<b>Лекции</b>		
Л3.1	Деловые стратегии территорий региона	2.00
Л3.2	Стратегические направления маркетинга территорий региона	2.00
Л3.3	Методы и стратегии улучшения территорий региона	2.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		

ПЗ.1	Деловая игра «Стратегия улучшения и развития территорий региона»	2.00
ПЗ.2	Разработка конкурентной стратегии территорий региона	2.00
ПЗ.3	Анализ имиджа и бренда территорий региона	2.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
СЗ.1	Самостоятельное изучение разделов и тем дисциплины	10.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВРЗ.1	Контактная внеаудиторная работа	10.00
<b>Раздел 4 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»</b>		<b>4.00</b>
34.1	Подготовка к сдаче зачета	3.50
КВР4.1	Сдача зачета	0.50
<b>ИТОГО</b>		<b>108.00</b>

### Заочная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
<b>Раздел 1 «Теоретические основы маркетинга территорий региона»</b>		<b>35.00</b>
<b>Лекции</b>		
Л1.1	Сущность, цели и разновидности территориального маркетинга	0.50
Л1.2	Среда маркетинга территорий региона	0.50
Л1.3	Методы маркетинга территорий региона	0.50
Л1.4	Конкуренция и конкурентоспособность территорий региона	0.50
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П1.1	Анализ степени удовлетворенности потребителей территорий региона	0.50
П1.2	Изучение внутренних и внешних факторов маркетинга территорий региона	1.00
П1.3	Позиционирование территорий региона	0.50
П1.4	Оценка конкурентоспособности территорий региона	1.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
С1.1	Самостоятельное изучение разделов и тем дисциплины	30.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	
<b>Раздел 2 «Комплекс средств маркетинга территорий региона»</b>		<b>35.00</b>
<b>Лекции</b>		
Л2.1	Региональный продукт. Ценообразование регионального продукта	1.00
Л2.2	Месторасположение и продвижение регионального продукта	1.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П2.1	Анализ регионального продукта. Оценка цены регионального продукта	1.50
П2.2	Оценка месторасположения и уровня продвижения	1.50

	регионального продукта	
<b>Самостоятельная работа</b>		
С2.1	Самостоятельное изучение разделов и тем дисциплины	30.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР2.1	Контактная внеаудиторная работа	
<b>Раздел 3 «Стратегический маркетинг территорий региона»</b>		<b>34.00</b>
<b>Лекции</b>		
Л3.1	Деловые стратегии территорий региона	1.00
Л3.2	Стратегические направления маркетинга территорий региона	0.50
Л3.3	Методы и стратегии улучшения территорий региона	0.50
<b>Семинары, практические занятия</b>		
ПЗ.1	Деловая игра «Стратегия улучшения и развития территорий региона»	1.00
ПЗ.2	Разработка конкурентной стратегии территорий региона	0.50
ПЗ.3	Анализ имиджа и бренда территорий региона	0.50
<b>Самостоятельная работа</b>		
С3.1	Самостоятельное изучение разделов и тем дисциплины	30.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР3.1	Контактная внеаудиторная работа	
<b>Раздел 4 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»</b>		<b>4.00</b>
34.1	Подготовка к сдаче зачета	3.50
КВР4.1	Сдача зачета	0.50
<b>ИТОГО</b>		<b>108.00</b>

Содержание дисциплины данной рабочей программы используется при обучении по индивидуальному учебному плану, при ускоренном обучении, при применении дистанционных образовательных технологий и электронном обучении (при наличии).

## Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Успешное освоение дисциплины предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы. Обучающийся обязан посещать лекции, семинарские, практические и лабораторные занятия (при их наличии), получать консультации преподавателя и выполнять самостоятельную работу.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделить целям, задачам, структуре и содержанию дисциплины.

Главной задачей каждой лекции является раскрытие сущности темы и анализ ее основных положений. Тематика лекций определяется настоящей рабочей программой дисциплины.

Лекции – это систематическое устное изложение учебного материала. На них обучающийся получает основной объем информации по каждой конкретной теме. Лекции обычно носят проблемный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов.

Предполагается, что обучающиеся приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендованным программой. Часто обучающимся трудно разобраться с дискуссионными вопросами, дать однозначный ответ. Преподаватель, сравнивая различные точки зрения, излагает свой взгляд и нацеливает их на дальнейшие исследования и поиск научных решений. После лекции желательно вечером перечитать и закрепить полученную информацию, тогда эффективность ее усвоения значительно возрастает. При работе с конспектом лекции необходимо отметить материал, который вызывает затруднения для понимания, попытаться найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь за помощью к преподавателю.

Целью семинарских занятий является проверка уровня понимания обучающимися вопросов, рассмотренных на лекциях и в учебной литературе.

Целью практических и лабораторных занятий является формирование у обучающихся умений и навыков применения теоретических знаний в реальной практике решения задач; восполнение пробелов в пройденной теоретической части курса.

Семинарские, практические и лабораторные занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий. Для успешного участия в семинарских, практических и лабораторных занятиях обучающемуся следует тщательно подготовиться.

Основной формой подготовки обучающихся к практическим (лабораторным) занятиям является самостоятельная работа с учебно-методическими материалами, научной литературой, статистическими данными и т.п.

Изучив конкретную тему, обучающийся может определить, насколько хорошо он в ней разобрался. Если какие-то моменты остались непонятными, целесообразно составить список вопросов и на занятии задать их преподавателю. Практические (лабораторные) занятия предоставляют обучающемуся возможность творчески раскрыться, проявить инициативу и развить навыки публичного ведения дискуссий и общения.

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя выполнение различного рода заданий (изучение учебной и научной литературы, материалов лекций, систематизацию прочитанного материала, подготовку контрольной работы, решение

задач, подготовка докладов, написание рефератов, публикация тезисов, научных статей, подготовка и защита курсовой работы / проекта и другие), которые ориентированы на глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины.

Обучающимся рекомендуется систематически отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки.

Внутренняя система оценки качества освоения дисциплины включает входной контроль уровня подготовленности обучающихся, текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию, направленную на оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине (в том числе результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ) при наличии).

При проведении промежуточной аттестации обучающегося учитываются результаты текущего контроля, проводимого в течение освоения дисциплины.

Процедура оценивания результатов освоения дисциплины осуществляется на основе действующих локальных нормативных актов ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет», с которыми обучающиеся знакомятся на официальном сайте университета [www.vyatsu.ru](http://www.vyatsu.ru).

## **Учебно-методическое обеспечение дисциплины, в том числе учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающегося по дисциплине**

### **Учебная литература (основная)**

1) Лысова, Н. А. Маркетинг территорий : учебник / Н.А. Лысова. - Москва : Проспект, 2019. - 158 с. : ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-392-28831-1 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=569903/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

2) Семилетова, Я. И. Маркетинг территорий: учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление : учебное пособие / Я.И. Семилетова. - Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2018. - 119 с. : ил. - Библиогр. в кн. - Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496897/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

3) Улицкая, Н. Ю. Маркетинг территорий : учебник / Н.Ю. Улицкая, Л.Н. Семеркова. - Москва : Креативная экономика, 2017. - 230 с. : табл., схем., ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-91292-196-4 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499069/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

4) Березина, Екатерина Александровна. Маркетинг территорий : практикум для студентов направлений 38.03.02 "Менеджмент", 38.03.04 "Государственное и муниципальное управление" всех профилей подготовки всех форм обучения / Е. А. Березина ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : ВятГУ, 2016. - 104 с. - Б. ц. - URL: <https://lib.vyatsu.ru> (дата обращения: 28.10.2016). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

5) Маркетинг : учеб. пособие / ред. И. М. Синяева. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2011. - 384 с. - (Вузовский учебник). - Библиогр.: с. 381 - 382. - ISBN 978-5-9558-0183-4 : 219.89 р., 319.89 р. - Текст : непосредственный.

### **Учебная литература (дополнительная)**

1) Сидоровская, Т. В. Маркетинг и брендинг северных территорий : учебное пособие / Т. В. Сидоровская. - Архангельск : САФУ, 2017. - 130 с. - ISBN 978-5-261-01273-3 : Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/161759> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

2) Ковалева, Л. В. Маркетинг территорий : учебное пособие / Л.В. Ковалева. - Тюмень : Тюменский государственный университет, 2017. - 284 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-400-01269-3 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572901/> (дата обращения:

24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

3) Маркетинг территорий : учебник и практикум для акад. бакалавриата / ред. О. Н. Романенкова. - Москва : Юрайт, 2017. - 260 с. : рис., табл., цв.ил. - (Бакалавр. Академический курс). - Библиогр.: с. 253-254 (31 назв.). - ISBN 978-5-534-03593-3 : 687.94 р. - Текст : непосредственный.

4) Маркетинг : учебник / ред. Н. М. Кондратенко. - Москва : Юрайт, 2011. - 540 с. : ил. - Библиогр. в конце гл. - ISBN 978-5-9916-1026-1 : 269.00 р. - Текст : непосредственный.

#### **Учебно-методические издания**

1) Маркетинг территорий : учебно-методическое пособие. - Липецк : Липецкий ГПУ, 2017. - 42 с. - Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/111940> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

2) Маркетинг территорий : учебно-методическое пособие / А. В. Богомолова. - Липецк : Липецкий государственный педагогический университет имени П.П. Семенова-Тян-Шанского, 2017. - 41 с. : ил. - Библиогр. в кн. - Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576728/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

#### **Периодические издания**

1) Практический маркетинг : инф. для маркетинг. решений. - М. : ООО "Агенство VCI Marketing", 1997 - . - Выходит ежемесячно. - ISSN 2071-3762. - Текст : непосредственный.

#### **Учебно-наглядное пособие**

1) Березина, Екатерина Александровна. Маркетинг территорий : учебное наглядное пособие для обучающихся направлений подготовки 38.03.02 "Менеджмент", 38.03.04 "Государственное и муниципальное управление" всех форм обучения / Е. А. Березина ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. ГМУ. - Киров : ВятГУ, 2021. - 14 с. - Б. ц. - Текст . Изображение : электронное.

#### **Электронные образовательные ресурсы**

1) Портал дистанционного обучения ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <http://mooc.do-kirov.ru/>

2) Раздел официального сайта ВятГУ, содержащий описание образовательной программы [электронный ресурс] / - Режим доступа: [https://www.vyatsu.ru/php/programms/eduPrograms.php?Program\\_ID=3-38.03.04.01](https://www.vyatsu.ru/php/programms/eduPrograms.php?Program_ID=3-38.03.04.01)

3) Личный кабинет студента на официальном сайте ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <https://new.vyatsu.ru/account/>

4) Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>

### **Электронные библиотечные системы (ЭБС)**

- ЭБС «Научная электронная библиотека eLIBRARY» (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>)
- ЭБС «Издательства Лань» (<http://e.lanbook.com/>)
- ЭБС «Университетская библиотека online» ([www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru))
- Внутренняя электронно-библиотечная система ВятГУ (<http://lib.vyatsu.ru/>)
- ЭБС «ЮРАЙТ» (<https://urait.ru>)

### **Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

- ГАРАНТ
- КонсультантПлюс
- Техэксперт: Нормы, правила, стандарты
- Роспатент (<https://www1.fips.ru/elektronnye-servisy/informatsionno-poiskovaya-sistema>)
- Web of Science® (<http://webofscience.com>)

## Материально-техническое обеспечение дисциплины

### Демонстрационное оборудование

Перечень используемого оборудования
Настенный экран Luma 198x264
Проектор №2

**Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе лицензионное и свободно распространяемое ПО (включая ПО отечественного производства)**

№ п.п	Наименование ПО	Краткая характеристика назначения ПО
1	Программная система с модулями для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ»	Программный комплекс для проверки текстов на предмет заимствования из Интернет-источников, в коллекции диссертация и авторефератов Российской государственной библиотеки (РГБ) и коллекции нормативно-правовой документации LEXPRO
2	Microsoft Office 365 ProPlusEdu ALNG SubsVL MVL AddOn toOPP	Набор веб-сервисов, предоставляющий доступ к различным программам и услугам на основе платформы Microsoft Office, электронной почте бизнес-класса, функционалу для общения и управления документами
3	Office Professional Plus 2016	Пакет приложений для работы с различными типами документов: текстами, электронными таблицами, базами данных, презентациями
4	Windows Professional	Операционная система
5	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса	Антивирусное программное обеспечение
6	Справочная правовая система «Консультант Плюс»	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации
7	Электронный периодический справочник ГАРАНТ Аналитик	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации
8	Security Essentials (Защитник Windows)	Защита в режиме реального времени от шпионского программного обеспечения, вирусов.
9	МойОфис Стандартный	Набор приложений для работы с документами, почтой, календарями и контактами на компьютерах и веб браузерах

Обновленный список программного обеспечения данной рабочей программы находится по адресу:  
[https://www.vyatsu.ru/php/list\\_it/index.php?op\\_id=94744](https://www.vyatsu.ru/php/list_it/index.php?op_id=94744)