

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Курганский государственный университет»  
(КГУ)

Кафедра «Менеджмент и маркетинг»



УТВЕРЖДАЮ:  
Ректор

/ Дубив Н.В. /

31 января 2020 г.

Рабочая программа учебной дисциплины  
**МАРКЕТИНГ ТЕРРИТОРИЙ**

образовательной программы высшего образования –  
программы бакалавриата

**38.03.04 – Государственное и муниципальное управление**

направленность Организация работы органов государственного и  
муниципального управления

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Курган 2020

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг территорий» составлена в соответствии с учебными планами по программе бакалавриата Государственное и муниципальное управление (Организация работы органов государственного и муниципального управления), утвержденными:

- для очной формы обучения 28 августа 2020 года;
- для очно-заочной формы обучения 28 августа 2020 года;
- для заочной формы обучения 28 августа 2020 года.

Рабочая программа дисциплины одобрена на заседании кафедры «Менеджмент и маркетинг» 31 августа 2020 года, протокол №1.

Рабочую программу составил  
Профессор кафедры  
«Менеджмент и маркетинг»,  
доцент, д-р экон. наук



О.Е. Васильева

Согласовано:

Заведующий кафедрой  
«Менеджмент и маркетинг»  
доцент, канд. экон. наук



З.Н. Варламова

Специалист  
по учебно-методической работе  
учебно-методического отдела



Г.В. Казанкова

Начальник Управления  
образовательной деятельности



С.Н. Синицын

## 1. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Всего: 3 зачетных единицы трудоемкости (108 академических часов)

### Очная форма обучения

Вид учебной работы	На всю дисциплину	Семестр
		6
<b>Аудиторные занятия (контактная работа с преподавателем), всего часов</b>	<b>28</b>	<b>28</b>
<b>в том числе:</b>		
Лекции	14	14
Практические занятия	14	14
<b>Самостоятельная работа, всего часов</b>	<b>80</b>	<b>80</b>
<b>в том числе:</b>		
Подготовка к зачету	18	18
Другие виды самостоятельной работы (самостоятельное изучение тем (разделов) дисциплины)	62	62
<b>Вид промежуточной аттестации</b>	<b>Зачет</b>	<b>Зачет</b>
<b>Общая трудоемкость дисциплины и трудоемкость по семестрам, часов</b>	<b>108</b>	<b>108</b>

### Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	На всю дисциплину	Семестр
		6
<b>Аудиторные занятия (контактная работа с преподавателем), всего часов</b>	<b>32</b>	<b>32</b>
<b>в том числе:</b>		
Лекции	16	16
Практические занятия	16	16
<b>Самостоятельная работа, всего часов</b>	<b>76</b>	<b>76</b>
<b>в том числе:</b>		
Подготовка к зачету	18	18
Другие виды самостоятельной работы (самостоятельное изучение тем (разделов) дисциплины)	58	58
<b>Вид промежуточной аттестации</b>	<b>Зачет</b>	<b>Зачет</b>
<b>Общая трудоемкость дисциплины и трудоемкость по семестрам, часов</b>	<b>108</b>	<b>108</b>

**Заочная форма обучения**

Вид учебной работы	На всю дисциплину	Семестр 8
	<b>Аудиторные занятия (контактная работа с преподавателем), всего часов</b>	<b>8</b>
<b>в том числе:</b>		
Лекции	2	2
Практические занятия	6	6
<b>Самостоятельная работа, всего часов</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>в том числе:</b>		
Подготовка контрольной работы	18	18
Подготовка к зачету	18	18
Другие виды самостоятельной работы (самостоятельное изучение тем (разделов) дисциплины)	64	64
<b>Вид промежуточной аттестации</b>	<b>Зачет</b>	<b>Зачет</b>
<b>Общая трудоемкость дисциплины и трудоемкость по семестрам, часов</b>	<b>108</b>	<b>108</b>

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Маркетинг территорий» является обязательной дисциплиной вариативной части блока Б1 образовательной программы бакалавриата направления «Государственное и муниципальное управление».

Изучение дисциплины базируется на знаниях, умениях, навыках, приобретенных обучающимися при изучении дисциплин «Маркетинг», «Межкультурное взаимодействие», «Социология» и «Введение в профессиональную деятельность». Результатом обучения по дисциплине «Маркетинг территорий» является формирование теоретической и методологической основы для изучения дисциплин «Управление развитием территорий», «Связи с общественностью в органах власти», практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности и преддипломной практики.

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Целью освоения дисциплины «Маркетинг территорий» является формирование у обучающихся представления о территориальном маркетинге как о типе управленческой деятельности, направленном на улучшение качества территориального управления, на повышение конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности территории, на улучшение имиджа и формирование бренда территорий.

Задачи освоения дисциплины:

- формирование базовые представления о целях и задачах маркетинга территорий, роли маркетинга территорий в современном обществе;
- изучение территориального маркетинга как особого вида управленческой деятельности, повышающего престиж и конкурентоспособность территорий;
- формирование практических навыков, позволяющих им учитывать его влияние на принятие управленческих решений в системе государственной и муниципальной службы.

Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- владение навыками количественного и качественного анализа при оценке состояния экономической, социальной, политической среды, деятельности органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, государственных и муниципальных, предприятий и учреждений, политических партий, общественно-политических, коммерческих и некоммерческих организаций (ПК-6).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

- **знать** современные концепции маркетинга территорий (ПК-6);

- *уметь* применять современные маркетинговые технологии для разработки и реализации маркетинговой стратегии территории (ПК-6);
- *владеть* инструментальными навыками организации и проведения маркетинговых исследований; навыками планирования и организации маркетинговой деятельности органов власти и местного самоуправления (ПК-6).

#### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 4.1. Учебно-тематический план

##### Очная форма обучения

Рубеж	Номер раздела, темы	Наименование раздела, темы	Количество часов контактной работы с преподавателем	
			Лекции	Практич. занятия
Рубеж 1	1	Основы маркетинга территорий	3	3
	2	Информационное обеспечение маркетинговой деятельности территорий	4	3
	<i>Рубежный контроль №1</i>		–	1
Рубеж 2	3	Комплекс маркетинга территорий	3	3
	4	Стратегический маркетинг территорий	4	3
	<i>Рубежный контроль №2</i>		–	1
<b>Всего</b>			<b>14</b>	<b>14</b>

### Очная форма обучения

Рубеж	Номер раздела, темы	Наименование раздела, темы	Количество часов контактной работы с преподавателем	
			Лекции	Практич. занятия
Рубеж 1	1	Основы маркетинга территорий	4	3
	2	Информационное обеспечение маркетинговой деятельности территорий	4	4
	<i>Рубежный контроль №1</i>		–	1
Рубеж 2	3	Комплекс маркетинга территорий	4	4
	4	Стратегический маркетинг территорий	4	3
	<i>Рубежный контроль №2</i>		–	1
<b>Всего</b>			<b>16</b>	<b>16</b>

### Заочная форма обучения

Номер раздела, темы	Наименование раздела, темы	Количество часов контактной работы с преподавателем	
		Лекции	Практич. занятия
1	Основы маркетинга территорий	0,5	–
2	Информационное обеспечение маркетинговой деятельности территорий	0,5	2
3	Комплекс маркетинга территорий	0,5	2
4	Стратегический маркетинг территорий	0,5	2
<b>Всего</b>		<b>2</b>	<b>6</b>

#### 4.2. Содержание лекционных занятий

##### *Тема 1. Основы маркетинга территорий*

Сущность и разновидности территориального маркетинга. Субъекты маркетинга территорий, их цели и мотивация. Правовое обеспечение маркетинга территории.

##### *Тема 2. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности территорий*

Маркетинговые исследования в территориальном маркетинге. Комплексная оценка конкурентоспособности территории.

### Тема 3. Комплекс маркетинга территорий

Маркетинговая среда территории. Целевые группы потребителей территории. Комплекс маркетинга территорий. Сегментация в территориальном маркетинге. Позиционирование и дифференциация территории. Маркетинг страны. Маркетинг региона. Маркетинг города.

### Тема 4. Стратегический маркетинг территорий

Стратегии маркетинга территорий. Функциональные стратегии территорий. Разработка деловых стратегий территории. Формирование имиджа территории.

#### 4.3. Практические занятия

Номер раздела, темы	Наименование раздела, темы	Наименование практического занятия	Норматив времени, час.		
			ОФО	ОЗФО	ЗФО
1	Основы маркетинга территорий	– Решение задач и ситуаций – Мини-тесты по теме	3	3	–
2	Информационное обеспечение маркетинговой деятельности территорий	– Решение задач и ситуаций – Мини-тесты по теме	3	4	2
<i>Рубежный контроль №1</i>			<i>1</i>	<i>1</i>	<i>–</i>
3	Комплекс маркетинга территорий	– Решение задач и ситуаций – Мини-тесты по теме	3	4	2
4	Стратегический маркетинг территорий	– Решение задач и ситуаций – Мини-тесты по теме	3	3	2
<i>Рубежный контроль №2</i>			<i>1</i>	<i>1</i>	<i>–</i>
<b>Всего</b>			<b>14</b>	<b>16</b>	<b>6</b>

#### 4.4. Контрольная работа

(для обучающихся заочной формы обучения)

Подготовка контрольной работы предусматривает выполнение двух частей: первая – изложение теоретического вопроса, вторая – выполнение двух практических заданий по основным темам дисциплины.

Требования к выполнению контрольной работы изложены в методических указаниях (п.п. 8.2).



## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

При прослушивании лекций рекомендуется в конспекте отмечать все важные моменты, на которых заостряет внимание преподаватель, а не только записывать материал под диктовку. Преподавателем предполагается использование при чтении лекций технологии учебной дискуссии, поэтому рекомендуется отмечать для себя интересные моменты с целью их обсуждения. Баллы за посещение лекции могут быть уменьшены до 0, если обучающийся не выполняет запланированную на лекции работу.

Залогом качественного выполнения практических занятий является самостоятельная подготовка к ним накануне путем повторения материала лекций и чтения учебной литературы. Рекомендуется подготовить вопросы по неясным моментам и обсудить их с преподавателем в начале занятия.

Преподавателем запланировано применение на практических занятиях технологии разбора конкретных ситуаций. Поэтому приветствуется самостоятельное расширение кругозора обучающегося в области развития современных технологий территориального маркетинга в стране и передового опыта других стран.

Для текущего контроля успеваемости по очной и очно-заочной форме обучения преподавателем используется балльно-рейтинговая система контроля и оценки академической активности. Поэтому настоятельно рекомендуется тщательно прорабатывать материал дисциплины при самостоятельной работе, участвовать во всех формах обсуждения и взаимодействия, как на лекциях, так и на практических занятиях в целях лучшего освоения материала и получения высокой оценки по результатам освоения дисциплины.

Выполнение самостоятельной работы подразумевает:

- для очной и очно-заочной форм обучения:
  - углубленное изучение разделов дисциплины;
  - подготовку к практическим занятиям;
  - подготовку к рубежным контролям;
  - подготовку к зачету;
- для заочной формы обучения:
  - углубленное изучение разделов дисциплины;
  - самостоятельное изучение разделов дисциплины;
  - подготовку к практическим занятиям;
  - выполнение контрольной работы;
  - подготовку к зачету.

Рекомендуемая трудоемкость самостоятельной работы представлена в таблице:

### Рекомендуемый режим самостоятельной работы

Наименование вида самостоятельной работы	Рекомендуемая трудоемкость, акад. час.		
	ОФО	ОЗФО	ЗФО
<b>Углубленное изучение тем дисциплины</b>	<b>40</b>	<b>34</b>	<b>58</b>
Основы маркетинга территорий	10	8	14
Информационное обеспечение маркетинговой деятельности территорий	10	8	14
Комплекс маркетинга территорий	10	8	15
Стратегический маркетинг территорий	10	10	15
<b>Самостоятельное изучение тем дисциплины</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>–</b>
<b>Подготовка к практическим занятиям (по 2 часа к каждому занятию)</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>6</b>
<b>Подготовка к рубежным контролям (по 4 часа к каждому рубежному контролю)</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>–</b>
<b>Выполнение контрольной работы</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>18</b>
<b>Подготовка к зачету</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>18</b>
<b>ВСЕГО</b>	<b>80</b>	<b>76</b>	<b>100</b>

## 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### 6.1. Перечень оценочных средств

1. Балльно-рейтинговая система контроля и оценки академической активности студентов в КГУ (для очной и очно-заочной форм обучения).
2. Банк тестовых заданий к рубежным контролям №1, №2, (для очной и очно-заочной форм обучения).
3. Вопросы к зачету и банк тестовых заданий к зачету.
4. Задания к практическим занятиям.
5. Контрольная работа (для заочной формы обучения).

**6.2. Система балльно-рейтинговой оценки  
работы обучающихся по дисциплине  
Очная форма обучения**

№	Наименование	Содержание						
		Распределение баллов						
1	Распределение баллов за семестры по видам учебной работы, сроки сдачи учебной работы (доводятся до сведения обучающихся на первом учебном занятии)	Вид учебной работы:	Посещения лекций	Практические занятия		Рубежный контроль №1	Рубежный контроль №2	Зачет
		Посеще-ние занятий	Актив-ность на практических занятиях	Рубеж-ный контроль №1	Рубеж-ный контроль №2	Зачет		
		Балльная оценка:	До 7 баллов	До 14 баллов	До 19 баллов	До 15 баллов	До 15 баллов	До 30 баллов
	Примечания:	7 лекционных занятий. От 0 до 1 балла в зависимости от активности (7занятий×1балл=7баллов)	7 практических занятий. От 0 до 2 баллов (7занятий×2балла=14баллов)	7 практических занятий. От 0 до 2,7 баллов в зависимости от активности (7занятий×2,7балла=19баллов)	На 4 практическом занятии. В зависимости от результата 15баллов	На 7 практическом занятии. В зависимости от результата 15баллов	30баллов	
2	Критерий пересчета баллов в традиционную оценку по итогам работы в семестре и зачета	60 баллов и менее – не зачтено; 61 балл и более - зачтено						
3	Критерии допуска к промежуточной аттестации, возможности получения автоматического зачета (экзаменационной оценки) по дисциплине, возможность получения бонусных баллов	<p>Для допуска к промежуточной аттестации (зачету) обучающийся должен набрать по итогам текущего и рубежного контроля не менее 50 баллов и должен посетить все лекции, выполнить все практические занятия и пройти два рубежных контроля.</p> <p>Для получения зачета «автоматически» обучающемуся необходимо набрать 61 балл и выше.</p> <p>По согласованию с преподавателем обучающемуся могут быть добавлены дополнительные (бонусные) баллы за активное участие в научной и методической работе, оригинальность принятых решений в ходе выполнения практических занятий и выставлен зачет «автоматически».</p>						

4	<p>Формы и виды учебной работы для неуспевающих (восстановившихся на курсе обучения) обучающихся для получения недостающих баллов в конце семестра</p>	<p>В случае если к промежуточной аттестации (зачету) набрана сумма менее 50 баллов, обучающемуся необходимо набрать недостающее количество баллов за счет выполнения дополнительных заданий до конца последней (зачетной) недели семестра. При этом необходимо проработать материал всех пропущенных занятий.</p> <p>Формы дополнительных заданий (назначаются преподавателем):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разработка конспекта и/или презентационного материала и/или глоссария терминов по темам лекционного курса, пропущенным обучающимся – до 1 балла за одно лекционное занятие;</li> <li>- выполнение и защита пропущенных практических занятий (преподаватель устанавливает форму дополнительного задания по тематике пропущенного практического занятия самостоятельно) – до 4,7 баллов за одно практическое занятие;</li> <li>- разработка расчетной задачи или комплексной сквозной задачи по темам пропущенных практических занятий – до 4,7 баллов за одно практическое занятие;</li> <li>- выполнение рубежных контролей - до 15 баллов каждый.</li> </ul> <p>Ликвидация академических задолженностей, возникших из-за разности в учебных планах при переводе или восстановлении, проводится путем выполнения дополнительных заданий, форма и объем которых определяется преподавателем.</p>
---	--	--

### Очно-заочная форма обучения

№	Наименование	Содержание						
		Распределение баллов						
1	Распределение баллов за семестры по видам учебной работы, сроки сдачи учебной работы (доводятся до сведения обучающихся на первом учебном занятии)	Вид учебной работы:	Посеще-ние лекций	Практические занятия		Рубеж-ный контроль №1	Рубеж-ный контроль №2	Зачет
		Балльная оценка:	До 8 баллов	До 16 баллов	До 16 баллов	До 15 баллов	До 15 баллов	До 30 баллов
		Примечания:	8 лекционных занятий. От 0 до 1 баллов в зависимости от активности (8занятий×1балла=8баллов)	8 практических занятий. От 0 до 2 баллов (8занятий×2балла=16баллов)	8 практических занятий. От 0 до 2 балла в зависимости от активности (8занятий×2балла=16баллов)	На 4 практическом занятии. В зависимости от результата 15баллов	На 8 практическом занятии. В зависимости от результата 15баллов	30баллов
2	Критерий пересчета баллов в традиционную оценку по итогам работы в семестре и зачета	60 баллов и менее – не зачтено; 61 балл и более - зачтено						
3	Критерии допуска к промежуточной аттестации, возможности получения автоматического зачета (экзаменационной оценки) по дисциплине, возможность получения бонусных баллов	<p>Для допуска к промежуточной аттестации (зачету) обучающийся должен набрать по итогам текущего и рубежного контроля не менее 50 баллов и должен посетить все лекции, выполнить все практические занятия и пройти два рубежных контроля.</p> <p>Для получения зачета «автоматически» обучающемуся необходимо набрать 61 балл и выше.</p> <p>По согласованию с преподавателем обучающемуся могут быть добавлены дополнительные (бонусные) баллы за активное участие в научной и методической работе, оригинальность принятых решений в ходе выполнения практических занятий и выставлен зачет «автоматически».</p>						

4	<p>Формы и виды учебной работы для неуспевающих (восстановившихся на курсе обучения) обучающихся для получения недостающих баллов в конце семестра</p>	<p>В случае если к промежуточной аттестации (зачету) набрана сумма менее 50 баллов, обучающемуся необходимо набрать недостающее количество баллов за счет выполнения дополнительных заданий до конца последней (зачетной) недели семестра. При этом необходимо проработать материал всех пропущенных занятий.</p> <p>Формы дополнительных заданий (назначаются преподавателем):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разработка конспекта и/или презентационного материала и/или глоссария терминов по темам лекционного курса, пропущенным обучающимся – до 1 балла за одно лекционное занятие;</li> <li>- выполнение и защита пропущенных практических занятий (преподаватель устанавливает форму дополнительного задания по тематике пропущенного практического занятия самостоятельно) – до 4 баллов за одно практическое занятие;</li> <li>- разработка расчетной задачи или комплексной сквозной задачи по темам пропущенных практических занятий – до 4 баллов за одно практическое занятие;</li> <li>- выполнение рубежных контролей - до 15 баллов каждый.</li> </ul> <p>Ликвидация академических задолженностей, возникших из-за разности в учебных планах при переводе или восстановлении, проводится путем выполнения дополнительных заданий, форма и объем которых определяется преподавателем.</p>
---	--	--

### 6.3. Процедура оценивания результатов освоения дисциплины

Рубежные контроли и зачет проводятся в форме письменного ответа на тестовые задания.

Перед проведением каждого рубежного контроля преподаватель прорабатывает со студентами основную материал соответствующих разделов дисциплины в форме краткой лекции-дискуссии.

Варианты тестовых заданий для рубежных контролей состоят из 15 вопросов. Ответ на тестовые задания оценивается по 15-балльной шкале («стоимость» каждого вопроса в тесте – 1 балл). Максимальная оценка по итогам каждого рубежного контроля – 15 баллов. На выполнение каждого рубежного контроля обучающемуся отводится время не менее 30 минут.

Результаты каждого обучающегося преподаватель заносит в ведомость учета текущей успеваемости.

Варианты тестовых заданий для зачета состоят из 30 вопросов. Ответ на тестовые задания оценивается по 30-балльной шкале («стоимость» каждого вопроса в тесте – 1 балл). Максимальная оценка по итогам зачета – 30 баллов. Время, отводимое обучающемуся на зачете с оценкой, составляет 1 академический час.

Результаты текущего контроля успеваемости и зачета заносятся преподавателем в зачетно-экзаменационную ведомость, которая сдается в организационный отдел института в день зачета, а также выставляются в зачетную книжку обучающегося.

#### 6.4. Примеры оценочных средств для рубежных контролей и зачета

Примерные тестовые задания рубежных контролей

*Примерные тестовые задания рубежного контроля №1*

**Найдите правильные соотношения:**

1) Объекты территориального маркетинга	А) Территориальные органы власти и управления
2) Субъекты территориального маркетинга	В) Органы власти
	С) Все категории жителей данной территории
	Д) Инвесторы
	Е) Коммерческие и некоммерческие организации
	Ж) Частные лица

**Маркетинговые исследования – это:**

- А) Определение рыночной проблемы
- В) Исследование рынка
- С) Исследование маркетинга
- Д) Целенаправленное изучение существующей проблемы и разработка на этой основе рекомендаций по обеспечению ее наилучшего решения

*Примерные тестовые задания рубежного контроля №2*

**Укажите последовательность этапов внедрения территориального маркетинга:**

- А) Разработка комплекса территориального маркетинга и выработка политики территориального маркетинга
- В) Реализация плана маркетинга
- С) Контроль
- Д) Организация

**Впишите определение соответствующего элемента комплекса маркетинга:**

- Территориальный продукт –
- Цена территориального продукта –
- Место территориального продукта –
- Продвижение территориального продукта –

#### Примеры заданий контрольных работ

**Теоретический вопрос.** Сущность и разновидности территориального маркетинга: определение, специфика, предмет, объект, цели, задачи, функции, виды.

**Практическое задание.** Дайте характеристику конкретной территории (города или муниципального образования – по выбору студента) с точки зрения ее партнеров и конкурентов, существующих и/или потенциальных. Оцените перспективы сотрудничества этих территорий (в определенной области, отрасли и пр.) с рассматриваемой территорией (Источник: [https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/54009/1/978-5-7996-2179-7\\_2017.pdf](https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/54009/1/978-5-7996-2179-7_2017.pdf))

#### Примерные тестовые задания зачета

**Наименее дорогим видом информации является:**

- А) Вторичная
- В) Информация, собранная в ходе анкетирования
- С) Информация, собранная в ходе интервьюирования
- Д) Первичная

**Примером внутренних конкурентных преимуществ территории являются:**

- А) Низкая арендная плата за помещения
- В) Наличие на территории уникальных видов природного сырья
- С) Низкая ставка налогов и сборов
- Д) Экологическая чистота
- Е) Особое место расположения территории

### 6.5. Фонд оценочных средств

Полный банк заданий для текущего, рубежных контролей и промежуточной аттестации по дисциплине, показатели, критерии, шкалы оценивания компетенций, методические материалы, определяющие процедуры оценивания образовательных результатов, приведены в учебно-методическом комплексе дисциплины.

## 7. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА

### 7.1. Основная учебная литература

- 1 Сачук, Т.В. Территориальный маркетинг: теория и практика: учебник / Т.В. Сачук. - Москва: ИНФРА-М, 2019. - 583 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - Текст: электронный. - Доступ из ЭБС «Znanium.com».

### 7.2. Дополнительная учебная литература

- 1 Арженовский, И.В. Маркетинг регионов: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям «Менеджмент» и «Экономика» /



- И.В. Арженовский. - М. : ЮНИТИ-ДАНА,2017. - 135 с. - ISBN 978-5-238-02219-2. - Текст: электронный. - - Доступ из ЭБС «Znanium.com».
- 2 Ергунова, О.Т. Маркетинг территорий: [учеб. пособие] / О.Т. Ергунова; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2017 – 136 с. - Текст: электронный. – URL:[https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/54009/1/978-5-7996-2179-7\\_2017.pdf](https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/54009/1/978-5-7996-2179-7_2017.pdf) (режим доступа: 12.08.2020).

## **8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

1. Методические указания к проведению практических занятий по дисциплине «Маркетинг территорий» для студентов направления 38.03.04 Государственное и муниципальное управление (направленность Организация работы органов государственного и муниципального управления) / сост. О.Е. Васильева, (на правах рукописи), Курган, 2019.
2. Методические указания к выполнению контрольной работы по дисциплине «Маркетинг территорий» для студентов заочной формы обучения направления 38.03.04 Государственное и муниципальное управление (направленность Организация работы органов государственного и муниципального управления) / сост. О.Е. Васильева (на правах рукописи), Курган, 2019.

## **9. РЕСУРСЫ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

- 1 [www.kremlin.ru](http://www.kremlin.ru) Президент России
- 2 [www.government.ru](http://www.government.ru) Правительство Российской Федерации
- 3 [www.council.gov.ru](http://www.council.gov.ru) Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации
- 4 [www.gov.ru](http://www.gov.ru) Официальная Россия: Сервер органов государственной власти Российской Федерации
- 5 [www.duma.gov.ru](http://www.duma.gov.ru) Государственная Дума Федерального Собрания Российской Федерации: Официальный сайт
- 6 [www.soe.ru](http://www.soe.ru) Информационный офис Совета Европы в России
- 7 <https://kurganobl.ru> Официальный сайт Правительства Курганской области
- 8 <http://www.politnauka.org/> Политнаука. Политология в России и мире
- 9 <http://www.aup.ru/> Административно-управленческий портал
- 10 [http://www.spa.msu.ru/page\\_168.html](http://www.spa.msu.ru/page_168.html) ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ МГУ «ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ. ЭЛЕКТРОННЫЙ ВЕСТНИК»
- 11 <http://vasilievaa.narod.ru/> ТЕРРИТОРИАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ: государственное, региональное, муниципальное

- 12 <http://www.triz-ri.ru/> Сайт «Открытые методики рекламы» и Public Relations «Рекламное Измерение»
- 13 <http://www.brandmanager.narod.ru/> Цель сайта «Народный Бренд Менеджер»
- 14 <http://www.ecsocman.edu.ru> Федеральный образовательный портал «Экономика, Социология, Менеджмент»
- 15 <http://www.marketing.spb.ru> «Библиотека маркетолога» на сайте «Энциклопедия маркетинга»
- 16 <http://businesslearning.ru> - Система дистанционного бизнес-образования.
- 17 <http://dspace.kgsu.ru> - Электронная библиотека КГУ.
- 18 <http://dist.kgsu.ru> - Система поддержки учебного процесса КГУ.
- 19 официальный сайт ФГБОУ ВО «Курганский государственный университет»: <http://kgsu.ru/>
- 20 официальная группа Курганского государственного университета в сети «ВКонтакте»: [https://vk.com/kgsu\\_ru](https://vk.com/kgsu_ru)
- 21 официальная группа Института экономики и права Курганского государственного университета в сети «ВКонтакте»: [https://vk.com/institutekonomikyiprava\\_kgsu](https://vk.com/institutekonomikyiprava_kgsu)

#### **10. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ**

При чтении лекций могут использоваться слайдовые презентации.

Минимальные требования к операционной системе и программному обеспечению компьютера, используемого при показе слайдовых презентаций: Windows XP, Foxit Reader Pro версия 1.3.

#### **11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Раздаточный материал по темам занятий.

Аннотация к рабочей программе дисциплины  
**«Маркетинг территорий»**

образовательной программы высшего образования –  
программы бакалавриата  
**38.03.04 – Государственное и муниципальное управление**

направленность Организация работы органов государственного и  
муниципального управления

Трудоемкость дисциплины: 3 ЗЕ (108 академических часов)

Семестр: 6 (ОФО, ОЗФО), 8 (ЗФО)

Форма промежуточной аттестации: Зачет

Содержание дисциплины

Основы маркетинга территорий. Информационное обеспечение  
маркетинговой деятельности территорий. Комплекс маркетинга территорий.  
Стратегический маркетинг территорий.