

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

Кафедра «Государственное и муниципальное управление,  
внешнеэкономическая деятельность и менеджмент»



УТВЕРЖДАЮ:  
Первый проректор  
/ Змызгова Т.Р. /  
«август» 2023 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

Курган 2023

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 30 июня 2023 года;
- для очно-заочной формы обучения 30 июня 2023 года.

Рабочая программа дисциплины одобрена на заседании кафедры «Государственное и муниципальное управление, внешнеэкономическая деятельность и менеджмент» 31 августа 2023 года, протокол №1.

Рабочую программу составил  
Заведующий кафедрой  
«Государственное и муниципальное  
управление, внешнеэкономическая  
деятельность и менеджмент»,  
доцент, д-р экон. наук

О.Е. Васильева

Согласовано:

Заведующий кафедрой  
«Государственное и муниципальное  
управление, внешнеэкономическая  
деятельность и менеджмент»,  
доцент, д-р экон. наук

О.Е. Васильева

Специалист  
по учебно-методической работе  
учебно-методического отдела

Г.В. Казанкова

Начальник Управления  
образовательной деятельности

И.В. Григоренко

## 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 в том числе:</b>	<b>28</b>	<b>28</b>
Лекции	14	14
Практические занятия	14	14
<b>Самостоятельная работа, всего часов в том числе:</b>	<b>80</b>	<b>80</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
		7
<b>Аудиторные занятия (контактная работа с преподавателем), всего часов в том числе:</b>	<b>24</b>	<b>24</b>
Лекции	8	8
Практические занятия	16	16
<b>Самостоятельная работа, всего часов в том числе:</b>	<b>84</b>	<b>84</b>
Подготовка к зачету	18	18
Другие виды самостоятельной работы (самостоятельное изучение тем (разделов) дисциплины)	66	66
<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 части блока Б1 образовательной программы бакалавриата направления «Государственное и муниципальное управление», формируемой участниками образовательных отношений.

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», организационно-управленческой 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:

- способность использовать методы 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);
- способность разрабатывать социально-экономические проекты (программы развития), оценивать экономические, социальные,

политические условия и последствия реализации государственных (муниципальных) программ (ПК-11).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

- **знать** современные концепции маркетинга территорий (для ПК-6, ПК-11);
- **уметь** применять современные маркетинговые технологии для разработки и реализации маркетинговой стратегии территории (для ПК-6, ПК-11);
- **владеть** инструментальными навыками организации и проведения маркетинговых исследований; навыками планирования и организации маркетинговой деятельности органов власти и местного самоуправления (для ПК-6, ПК-11).

#### 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	1	3
	2	Информационное обеспечение маркетинговой деятельности территорий	3	4
	<i>Рубежный контроль №1</i>		–	1
Рубеж 2	3	Комплекс маркетинга территорий	2	4
	4	Стратегический маркетинг территорий	2	3
	<i>Рубежный контроль №2</i>		–	1
<b>Всего</b>			<b>8</b>	<b>16</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
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
<i>Рубежный контроль №1</i>			<i>1</i>	<i>1</i>
3	Комплекс маркетинга территорий	– Решение задач и ситуаций – Мини-тесты по теме	3	4
4	Стратегический маркетинг территорий	– Решение задач и ситуаций – Мини-тесты по теме	3	3
<i>Рубежный контроль №2</i>			<i>1</i>	<i>1</i>
<b>Всего</b>			<b>14</b>	<b>16</b>

### 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:

- углубленное изучение разделов дисциплины;
- подготовку к практическим занятиям;
- подготовку к рубежным контролям;
- подготовку к зачету.

Рекомендуемая трудоемкость самостоятельной работы представлена в таблице:

#### Рекомендуемый режим самостоятельной работы

Наименование вида самостоятельной работы	Рекомендуемая трудоемкость, акад. час.	
	ОФО	ОЗФО
<b>Углубленное изучение тем дисциплины</b>	<b>40</b>	<b>42</b>
Основы маркетинга территорий	10	10
Информационное обеспечение маркетинговой деятельности территорий	10	10
Комплекс маркетинга территорий	10	12
Стратегический маркетинг территорий	10	10
<b>Самостоятельное изучение тем дисциплины</b>	<b>–</b>	<b>–</b>
<b>Подготовка к практическим занятиям (по 2 часа к каждому занятию)</b>	<b>14</b>	<b>16</b>
<b>Подготовка к рубежным контролям (по 4 часа к каждому рубежному контролю)</b>	<b>8</b>	<b>8</b>
<b>Подготовка к зачету</b>	<b>18</b>	<b>18</b>
<b>ВСЕГО</b>	<b>80</b>	<b>84</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.
2. Банк тестовых заданий к рубежным контролям №1, №2.
3. Вопросы к зачету и банк тестовых заданий к зачету.
4. Задания к практическим занятиям.



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

№	Наименование	Содержание						
1	Распределение баллов за семестры по видам учебной работы, сроки сдачи учебной работы (доводятся до сведения обучающихся на первом учебном занятии)	Распределение баллов						
		Вид учебной работы:	Посещения лекций	Практические занятия		Рубежный контроль №1	Рубежный контроль №2	Зачет
				Посещения занятий	Активность на практических занятиях			
		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	<p>Критерии допуска к промежуточной аттестации, возможности получения автоматического зачета (экзаменационной оценки) по дисциплине, возможность получения бонусных баллов</p>	<p>Для допуска к промежуточной аттестации по дисциплине за семестр обучающийся должен набрать по итогам текущего и рубежного контролей не менее 51 балла. В случае если обучающийся набрал менее 51 балла, то к аттестационным испытаниям он не допускается.</p> <p>Для получения зачета без проведения процедуры промежуточной аттестации обучающемуся необходимо набрать в ходе текущего и рубежных контролей не менее 61 балла. В этом случае итог балльной оценки, получаемой обучающимся, определяется по количеству баллов, набранных им в ходе текущего и рубежных контролей. При этом, на усмотрение преподавателя, балльная оценка обучающегося может быть повышена за счет получения дополнительных баллов за академическую активность.</p> <p>Обучающийся, имеющий право на получение оценки без проведения процедуры промежуточной аттестации, может повысить ее путем сдачи аттестационного испытания. В случае получения обучающимся на аттестационном испытании 0 баллов итог балльной оценки по дисциплине не снижается.</p> <p>За академическую активность в ходе освоения дисциплины, участие в учебной, научно-исследовательской, спортивной, культурно-творческой и общественной деятельности обучающегося могут быть начислены дополнительные баллы. Максимальное количество дополнительных баллов за академическую активность составляет 30.</p> <p>Основанием для получения дополнительных баллов являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выполнение дополнительных заданий по дисциплине; дополнительные баллы начисляются преподавателем;</li> <li>- участие в течение семестра в учебной, научно-исследовательской, спортивной, культурно-творческой и общественной деятельности КГУ.</li> </ul>
4	<p>Формы и виды учебной работы для неуспевающих (восстановившихся на курсе обучения) студентов для получения недостающих баллов в конце семестра</p>	<p>В случае если к промежуточной аттестации (зачету) набрана сумма менее 51 балла, обучающемуся необходимо набрать недостающее количество баллов за счет выполнения дополнительных заданий, до конца последней (зачетной) недели семестра.</p> <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:	Посещения лекций	Практические занятия	Активность на практических занятиях	Рубежный контроль №1	Рубежный контроль №2	Зачет	
		Балльная оценка:	До 8 баллов	До 16 баллов	До 16 баллов	До 15 баллов	До 15 баллов	До 30 баллов	
		Примечания:	4 лекционных занятий. От 0 до 2 баллов в зависимости от активности (4занятий×2балла=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 по дисциплине за семестр обучающийся должен набрать по итогам текущего и рубежного контролей не менее 51 балла. В случае если обучающийся набрал менее 51 балла, то к аттестационным испытаниям он не допускается.</p> <p>Для получения зачета без проведения процедуры промежуточной аттестации обучающемуся необходимо набрать в ходе текущего и рубежных контролей не менее 61 балла. В этом случае итог балльной оценки, получаемой обучающимся, определяется по количеству баллов, набранных им в ходе текущего и рубежных контролей. При этом, на усмотрение преподавателя, балльная оценка обучающегося может быть повышена за счет получения дополнительных баллов за академическую активность.</p> <p>Обучающийся, имеющий право на получение оценки без проведения процедуры промежуточной аттестации, может повысить ее путем сдачи аттестационного испытания. В случае получения обучающимся на аттестационном испытании 0 баллов итог балльной оценки по дисциплине не снижается.</p> <p>За академическую активность в ходе освоения дисциплины, участие в учебной, научно-исследовательской, спортивной, культурно-творческой и общественной деятельности обучающегося могут быть начислены дополнительные баллы. Максимальное количество дополнительных баллов за академическую активность составляет 30.</p> <p>Основанием для получения дополнительных баллов являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выполнение дополнительных заданий по дисциплине; дополнительные баллы начисляются преподавателем;</li> <li>- участие в течение семестра в учебной, научно-исследовательской, спортивной, культурно-творческой и общественной деятельности КГУ.</li> </ul>
4	Формы и виды учебной работы для неуспевающих (восстановившихся на курсе обучения) обучающихся для получения недостающих баллов в конце семестра	<p>В случае если к промежуточной аттестации (зачету) набрана сумма менее 51 балла, обучающемуся необходимо набрать недостающее количество баллов за счет выполнения дополнительных заданий, до конца последней (зачетной) недели семестра.</p> <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 основной 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 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 –

### Примерные тестовые задания зачета

**Наименее дорогим видом информации является:**

- A) Вторичная
- B) Информация, собранная в ходе анкетирования
- C) Информация, собранная в ходе интервьюирования
- D) Первичная

**Примером внутренних конкурентных преимуществ территории являются:**

- A) Низкая арендная плата за помещения
- B) Наличие на территории уникальных видов природного сырья
- C) Низкая ставка налогов и сборов
- D) Экологическая чистота
- E) 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, 2022. — 583 с. - Доступ из ЭБС «Znanium.com».
- 2 Чечулин, А. В. Маркетинг территорий. Как города и страны привлекают туристов, новых жителей и бизнес : пособие / А. В. Чечулин. - Санкт-Петербург : КАРО, 2021. - 144 с. - 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. - Доступ из ЭБС «Znanium.com».
- 2 Ергунова, О.Т. Маркетинг территории: [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. – 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: 22.08.2023).

## **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].

## **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 <https://kurganobl.ru> Официальный сайт Правительства Курганской области
- 7 <http://www.politnauka.org/> Политнаука. Политология в России и мире
- 8 <http://www.aup.ru/> Административно-управленческий портал
- 9 [http://www.spa.msu.ru/page\\_168.html](http://www.spa.msu.ru/page_168.html) ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ МГУ «ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ. ЭЛЕКТРОННЫЙ ВЕСТНИК»
- 10 <http://vasilieva.narod.ru/> ТЕРРИТОРИАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ: государственное, региональное, муниципальное
- 11 <http://www.triz-ri.ru/> Сайт «Открытые методики рекламы» и Public Relations «Рекламное Измерение»
- 12 <http://www.brandmanager.narod.ru/> Цель сайта «Народный Бренд Менеджер»
- 13 <http://www.ecsocman.edu.ru> Федеральный образовательный портал «Экономика, Социология, Менеджмент»
- 14 <http://www.marketing.spb.ru> «Библиотека маркетолога» на сайте «Энциклопедия маркетинга»
- 15 <http://businesslearning.ru> - Система дистанционного бизнес-образования.
- 16 Официальный сайт ФГБОУ ВО «Курганский государственный университет»: <http://kgsu.ru/>
- 17 Официальная группа Курганского государственного университета в сети «ВКонтакте»: [https://vk.com/kgsu\\_ru](https://vk.com/kgsu_ru)
- 18 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**

1. ЭБС «Лань».
2. ЭБС «Консультант студента».
3. ЭБС Znanium.com.
4. Электронная библиотека КГУ – <http://dspace.kgsu.ru>.
5. Справочно-правовая система «Гарант».

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

Материально-техническое обеспечение по реализации дисциплины осуществляется в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данной образовательной программе.

## **12. ДЛЯ СТУДЕНТОВ, ОБУЧАЮЩИХСЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ДИСТАНЦИОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

При использовании электронного обучения (ЭО) и дистанционных образовательных технологий (ДОТ) занятия полностью или частично проводятся в режиме онлайн. Объем дисциплины и распределение нагрузки по видам работ соответствует п. 4.1. Распределение баллов соответствует п. 6.2 либо может быть изменено в соответствии с решением кафедры, в случае перехода на ЭО и ДОТ в процессе обучения. Решение кафедры об используемых технологиях и системе оценивания достижений обучающихся принимается с учетом мнения ведущего преподавателя и доводится до обучающихся.



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), 7 (ОЗФО)

Форма промежуточной аттестации: Зачет

Содержание дисциплины

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