

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Романчук Иван Сергеевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 23.01.2025 14:25:08
Уникальный программный ключ:
6319edc2b582ffdacea443f01d5779368d0957ac34f5cd074d81181530452479

Приложение к рабочей
программе дисциплины

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Наименование дисциплины	Маркетинг территорий
Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль)	Общий и функциональный менеджмент
Форма обучения	очная
Разработчик	Шарапова Т.В., старший преподаватель кафедры менеджмента и бизнеса

1. Темы дисциплины для самостоятельного освоения обучающимися

Отсутствуют

2. План самостоятельной работы

№ п/п	Учебные встречи	Виды самостоятельной работы	Форма отчетности/ контроля	Количество баллов	Рекомендуемый бюджет времени на выполнение (ак. ч.)
1	Введение в маркетинг территорий	Подготовка к практическим занятиям	Опорный тематический конспект/ Собеседование	-	3
		Подготовка к экзамену			3
2	Уровни, виды и модели организации маркетинга территорий	Подготовка к практическим занятиям	Опорный тематический конспект/ Собеседование	-	3
		Подготовка к экзамену			3
3	Маркетинговые стратегии территорий	Выполнение проектного задания	Раздел сквозного проектного задания	5	14
		Подготовка к практическим занятиям	Опорный тематический конспект/ Собеседование	-	3
		Подготовка к экзамену			3
4	Инструменты, технологии и механизмы реализации маркетинга территорий	Выполнение проектного задания	Раздел сквозного проектного задания	5	14
		Подготовка к практическим занятиям	Опорный тематический конспект/ Собеседование	-	3
		Подготовка к экзамену			3
5	Управление продуктом территории	Выполнение проектного задания	Раздел сквозного проектного задания	5	14
		Подготовка к практическим занятиям	Опорный тематический конспект/ Собеседование	-	3
		Подготовка к экзамену			3
6	Управление коммуникациями территории	Подготовка презентации	Презентация	5	14
		Подготовка к практическим занятиям	Опорный тематический	-	3

№ п/п	Учебные встречи	Виды самостоятельной работы	Форма отчетности/ контроля	Количество баллов	Рекомендуемый бюджет времени на выполнение (ак. ч.)
		Подготовка к экзамену	конспект/ Собеседование		3
	Итого:			20	92

3. Требования и рекомендации по выполнению самостоятельных работ обучающихся, критерии оценивания

Проектное задание – предметно-познавательное и практико-ориентированное задание, направленное на поиск необходимой информации, усвоение и переработку изученного материала в рамках решения определенных проектных задач.

Структура и содержание проектного задания определяются преподавателем в соответствии с конкретными темами дисциплины, оно включает в себя несколько взаимосвязанных разделов, информационно-аналитическая работа в рамках которых носит последовательный характер и может осуществляться индивидуально или в группах (до 4 чел.).

Оформление проектного задания: 8-12 стр., 12 размер шрифта, выравнивание текста по ширине, абзацный отступ – 1,25, активные ссылки на источники информации (при их использовании).

Критерии оценивания:

- уровень оригинальности текста не менее 80% (без использования сгенерированного текста);
- структура, содержание и оформление выполненного проектного задания соответствуют указанным требованиям;
- соблюдены сроки выполнения (в соответствии с установленным графиком).

Презентация - определенное информационное послание установленного формата с оригинальным графическим решением, выражающее индивидуальные/ групповые впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу.

Структура и содержание презентации определяются результатами поэтапной проектной деятельности, реализованной индивидуально или в группах (до 4 чел.) при выполнении разделов проектного задания.

Оформление презентации: 15-20 слайдов, размер шрифта не менее 25, визуальное решение на усмотрение обучающегося.

Критерии оценивания:

- структура, содержание и оформление презентации соответствуют указанным требованиям;
- соблюдены сроки выполнения (в соответствии с установленным графиком).

Опорный тематический конспект - обобщенные теоретические сведения по конкретной теме, кратко отображенные в объективной форме через содержание и взаимосвязь основных терминов и положений текста.

Основные правила конспектирования: обучающемуся необходимо внимательно прочитать текст по конкретной теме, выделить основные термины и информативные части текста, продумать главные положения и сформулировать их своими словами, зафиксировать наиболее важные аспекты темы в виде моделей, схем, таблиц и пр.

Критерии оценивания:

- содержание конспекта раскрывает тему и позволяет обучающемуся контролировать уровень своих знаний;
- соблюдены сроки выполнения (в соответствии с установленным графиком).

Собеседование – гибкая процедура контроля освоения дисциплины в формате обсуждения ее теоретических и прикладных аспектов, реализуемая в рамках практических занятий по конкретным темам и/ или при проведении промежуточной аттестации.

Подготовка к собеседованию предполагает повторение теоретических и прикладных аспектов конкретной темы, закрепление приобретенных знаний, навыков и умений (презентация преподавателя, опорные тематические конспекты обучающегося, практические задания и ситуации для анализа).

Критерии оценивания:

– ответы обучающегося на вопросы преподавателя раскрывают конкретную тему, корректны и аргументированы;

– обучающийся способен охарактеризовать взаимосвязь теоретических и прикладных аспектов конкретной темы, привести практический пример и/ или выполнить практическое задание, проанализировать практическую ситуацию.

4. Рекомендации по самоподготовке к промежуточной аттестации по дисциплине

Экзамен является инструментом промежуточной аттестации для обучающихся, не набравших 61 балл в течение семестра или не согласных с оценкой, полученной по итогам текущего контроля.

Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине: устный ответ на вопросы к экзамену (ответы на 2 вопроса из разных тем формируют 50% итогового результата экзамена), выполнение практического задания (выполнение задания формирует 50% итогового результата экзамена).

Самоподготовка к промежуточной аттестации включает (с учетом указанной формы проведения):

1. повторение материала по всем темам дисциплины с использованием

– презентации преподавателя по всем темам дисциплины и рекомендованных источников информации по каждой конкретной теме

– опорных конспектов самого обучающегося по всем темам, подготовленных в рамках самостоятельной работы

2. критический анализ выполненных на занятиях практических заданий

– выполнение каких заданий вызвало наибольшую сложность, с чем это было связано, каких знаний/ навыков/ умений не хватило для получения максимально возможного результата, что было сделано для повышения личной эффективности

3. определение проблемных областей в освоении дисциплины и способов их дополнительной проработки, в том числе через индивидуальные консультации с преподавателем.

Вопросы к экзамену (полужирным шрифтом выделены те вопросы, на которые следует обратить особое внимание, так как ответы на них бывают затруднительными для обучающихся):

1. Маркетинг территорий: понятие, основные подходы к содержанию, сравнение с коммерческим маркетингом

2. Субъекты в маркетинге территорий: виды, функции, характеристика

3. **Комплекс средств маркетинга территорий: понятие, характеристика средств, возможности и ограничения их использования (тема 1)**

4. Маркетинговая среда территории: понятие, элементы, их характеристика

5. **Конкурентоспособность территорий: понятие, уровни и факторы влияния, их характеристика, технология и методики оценки (тема 1, тема 4)**

6. Маркетинг страны: понятие, основные положения, специфика реализации

7. Маркетинг региона: понятие, основные положения, специфика реализации
8. Маркетинг города: понятие, основные положения, специфика реализации
9. Маркетинг локальных мест: понятие, основные положения, специфика реализации
10. **Организация маркетинга территорий: понятие, модели и формы, их характеристика (тема 2)**
11. Маркетинговая стратегия территории: понятие, элементы, их характеристика, технология разработки и реализации
12. Классификация маркетинговых стратегий территорий, возможности и ограничения применения стратегий в контексте разных территорий
13. **Дифференциация и сегментация рынка в маркетинге территорий: понятие, специфика реализации (тема 3)**
14. **Позиционирование территорий: понятие, уровни, их характеристика, специфика реализации (тема 3)**
15. **Программа продвижения территорий: понятие, элементы, их характеристика, технология разработки и реализации (тема 3)**
16. Демаркетинг территории: понятие, предпосылки и условия использования, технология реализации
17. **Инструменты маркетинга территорий: понятие, виды, их характеристика, возможности и ограничения применения (тема 4)**
18. Маркетинговые исследования территории: понятие, виды, их характеристика, специфика реализации
19. Маркетинг туризма: понятие, основные положения, использование в управлении территориями
20. Маркетинг инфраструктуры: понятие, основные положения, использование в управлении территориями
21. «Зеленый» маркетинг: понятие, основные положения, использование в управлении территориями
22. Инвестиционный маркетинг: понятие, основные положения, использование в управлении территориями
23. Событийный маркетинг и маркетинг влияния: понятие, основные положения, использование в управлении территориями
24. Продукт территории: понятие, технология создания, проблемы использования
25. **Продукт территории: планирование, развитие и распределение (тема 5)**
26. Коммуникации в маркетинге территорий: понятие, виды, их характеристика
27. Каналы маркетинговых коммуникаций территорий: понятие, их характеристика, возможности и ограничения использования
28. **Интернет-маркетинг территорий: понятие, основные положения, специфика реализации (тема 6)**
29. Брендинг территорий: понятие, технология реализации
30. Управление имиджем и репутацией территорий: понятие, основные положения, специфика реализации