

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Воронежский государственный аграрный университет имени императора Петра I»

Гуманитарно-правовой факультет

Кафедра управления и маркетинга в АПК

Маркетинг территорий

Методические указания по самостоятельной работе
для обучающихся по направлению 38.03.04 Государственное и
муниципальное управление по профилю «Муниципальное управление
сельских территорий»

Маркетинг территорий: Методические указания по самостоятельной работе для обучающихся по направлению 38.03.04 Государственное и муниципальное управление по профилю «Муниципальное управление сельских территорий»/ Е.В. Закшевская, Т.В. Закшевская, С.В. Куксин. – Воронеж: ВГАУ, 2017 – 13 с.

Рецензент: зав. кафедрой информационного обеспечения и моделирования агроэкономических систем ФГБОУ ВО Воронежский ГАУ, д.э.н., профессор Улезько А.В.

Методические указания рассмотрены и рекомендованы к изданию на заседании кафедры управления и маркетинга в АПК, протокол № 10 от 17.04.2017 г.

Методические указания рассмотрены и рекомендованы к изданию на заседании методической комиссии гуманитарно-правового факультета, протокол № 9 от 24.05.2017 г.

Введение

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования бакалавриата по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление имеет своей целью обеспечение комплексной и качественной подготовки обучающихся на основе сочетания современных образовательных технологий и воспитательных методик для формирования общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

В соответствии с ФГОС ВО, образовательный процесс включает все виды аудиторной и самостоятельной работы обучающегося, практики и научно исследовательской работы, и время, отводимое на контроль качества освоения обучающимся ОПОП. В настоящее время отмечается усиление роли самостоятельной работы обучающихся.

Цель преподавания дисциплины – изучить положения, раскрывающие понятие территориального маркетинга, подготовить специалистов способных искусно применять маркетинговые инструменты для повышения привлекательности территории как места проживания и/или осуществления деятельности.

Основные задачи освоения дисциплины:

- познакомить студентов с теоретическими аспектами маркетинга территорий, особенностями использования территориального маркетинга в деятельности руководителей федерального, регионального и местного уровней;
- сформировать представление о практическом применении инструментов и стратегий маркетинга на отдельных территориях, с разным уровнем развития в условиях конкуренции;
- научить разрабатывать и применять необходимые механизмы для решения конкретных задач в области сегментирования рынка и позиционирования территории для разных групп потребителей.

Предметом изучения маркетинга территорий являются отношения, возникающие в процессе государственного и муниципального управления территориями, законы и закономерности развития рыночных отношений, включая механизм их использования, под которым понимаются не только механизм реализации основных законов, регулирующих рыночные отношения, таких, как закон спроса и предложения, закон возвышения потребностей и другие, но и принципы и методы их реализации.

Особенность маркетинга территорий как научной дисциплины является то, что она должна ответить на вопрос, как используется конкретная территория и ее экономическое пространство и соответствующее ему соотношение спроса и предложения в границах той или иной сферы производства, распределения, обмена и потребления благ, а также маркетинг территорий позволяет выбрать определенный вариант поведения (действий), спрогнозировать и получить оптимальный результат.

Объектом изучения маркетинга территорий могут быть различные территории (в том числе муниципальные образования), рыночные субъекты или рыночные процессы.

Место дисциплины в учебном процессе.

Данная дисциплина относится к вариативной части (обязательные дисциплины).

1. Содержание самостоятельной работы

Самостоятельная работа при изучении дисциплины складывается из самостоятельной работы на аудиторных занятиях и внеаудиторной самостоятельной работы.

Самостоятельная работа предполагает широкое использование различных источников информации (учебников и учебных пособий, специальной научной и научно-популярной литературы, ресурсов глобальной сети Интернет, материалов личных наблюдений и умозаключений и т. д.).

Связь обучающегося с преподавателем при необходимости и в ходе самостоятельной работы может осуществляться по электронной почте, адрес которой преподаватель должен дать обучающемуся на первом же занятии.

Основными видами самостоятельной работы при изучении дисциплины «Маркетинг территорий» являются:

самостоятельная подготовка к практическим занятиям через проработку лекционного материала по соответствующей теме;

самостоятельное изучение тем практических занятий;

систематизация знаний путем проработки пройденных лекционных материалов по конспекту лекций, учебникам и пособиям на основании перечня экзаменационных вопросов, тестовых вопросов по материалам лекционного курса и базовых вопросов по результатам освоения тем, вынесенных на практические занятия.

подготовка к текущему и итоговому контролю;

самостоятельное решение задач по заранее освоенным алгоритмам, выполнение индивидуальных заданий или контрольной работы.

Обучающийся всех форм обучения самостоятельно изучают все темы дисциплины на основе собственных конспектов лекций, раздаточного материала к лекциям, материалов компьютерных презентаций лекционного курса, основной и дополнительной литературы и других информационных ресурсов.

Все практические задания выполняются как на аудиторных занятиях (в том числе и самостоятельно), так и вне аудиторий.

Систематизацию знаний необходимо осуществлять самостоятельно как в ходе отдельных аудиторных занятий, так и во время внеаудиторной работы. Систематизация знаний проводится на основе проработки собственных конспектов лекций, раздаточного материала к лекциям, материалов компьютерных презентаций лекционного курса, формирования отчета о выполняемых темах практических занятий, изучения основной и дополнительной литературы и поиска необходимой информации в других информационных ресурсах.

В этой связи на каждом практическом занятии проводятся опросы обучающихся с целью как контроля самостоятельной работы, так и с целью побуждения к осознанной работе по целенаправленной систематизации знаний.

Важным аспектом при систематизации знаний являются консультации преподавателя, который на каждом занятии должен обращать внимание обучающихся на ключевые вопросы каждой темы и на взаимосвязь тем между собой.

2. Функции самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная деятельность выполняет ряд функций, к которым относятся:

- развивающая, поскольку именно самостоятельная деятельность способствует повышению культуры умственного труда, приобщению к творческим видам деятельности, обогащению интеллектуальных способностей, обучающихся;

- информационно-обучающая. Учебная деятельность обучающихся на аудиторных занятиях, не подкрепленная самостоятельной работой, становится малорезультативной;

- ориентирующая и стимулирующая функции позволяют придать процессу обучения так называемое профессиональное ускорение, выражающееся в том, что в ходе самостоятельной деятельности у обучающихся не только развиваются интеллектуальные способности и повышается культура умственного труда;

- воспитывающая функция тоже проявляется в самостоятельной деятельности, поскольку личность специалиста, его профессиональные качества развиваются, формируются, а иногда и корректируются в процессе непосредственного выполнения того или иного вида задания для самостоятельной работы;

- педагогической коррекции, поскольку организация самостоятельной деятельности обучающихся есть определенное отражение всего педагогического процесса в образовательном учреждении;

- исследовательская функция выводит обучающихся на новый уровень профессионально-творческого мышления.

Кроме перечисленных для самостоятельной деятельности важна практическая реализация функций самопобуждения и самоуправления, а также познавательная

3. Организация самостоятельной работы по дисциплине

Овладение методами и видами СР происходит на лекциях и практических занятиях.

При изучении дисциплины организация СР должна представлять единство трех взаимосвязанных форм:

1. внеаудиторная самостоятельная работа;

2. аудиторная самостоятельная работа, которая осуществляется под непосредственным руководством преподавателя;

3. творческая, в том числе научно-исследовательская работа.

Виды внеаудиторной СР разнообразны:

1) подготовка и написание рефератов, докладов, очерков и других письменных работ на заданные темы. Обучающемуся желательно предоставить право выбора темы и даже руководителя работы;

2) выполнение домашних заданий разнообразного характера. Это - решение задач; подбор и изучение литературных источников; разработка и составление различных схем; выполнение графических работ; проведение расчетов и др.;

3) выполнение индивидуальных заданий, направленных на развитие у обучающихся самостоятельности и инициативы. Индивидуальное задание может получать как каждый обучающийся, так и часть обучающихся группы;

Основными видами самостоятельной работы при изучении дисциплины «Маркетинг территорий» являются:

- самостоятельная подготовка к практическим занятиям через проработку лекционного материала по соответствующей теме;
- самостоятельное изучение тем теоретического курса, не вошедших в лекционный материал;
- самостоятельное изучение тем практических занятий;
- систематизация знаний путем проработки пройденных лекционных материалов по конспекту лекций, учебникам и пособиям на основании перечня экзаменационных вопросов, тестовых вопросов по материалам лекционного курса и базовых вопросов по результатам освоения тем, вынесенных на практические занятия;
- подготовка к текущему контролю;
- самостоятельное решение задач по заранее освоенным алгоритмам.

Перечень тем и учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся представлены в таблице 1.

Таблица 1. Перечень тем и учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

№ п/п	Тема самостоятельной работы	Учебно-методическое обеспечение
1	Введение в маркетинг территорий	1. Маркетинг : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК" / [Е. В. Закшевская [и др.] ; под ред. Е. В. Закшевской .– Москва : КолосС, 2012 .– 247 с. 2. Сачук. Т.В. Территориальный маркетинг : [учебное пособие] / Т. В. Сачук .— М. ; СПб. : Питер, 2009 .— 368 с.
2	Теоретические и методологические основы маркетинга территорий	1. Маркетинг : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК" / [Е. В. Закшевская [и др.] ; под ред. Е. В. Закшевской .– Москва : КолосС, 2012 .– 247 с. 2. Сачук. Т.В. Территориальный маркетинг : [учебное пособие] / Т. В. Сачук .— М. ; СПб. : Питер, 2009 .— 368 с.
3	Стратегии территориального маркетинга	1. Маркетинг : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК" / [Е. В. Закшевская [и др.] ; под ред. Е. В. Закшевской .– Москва : КолосС, 2012 .– 247 с. 2. Сачук. Т.В. Территориальный маркетинг : [учебное пособие] / Т. В. Сачук .— М. ; СПб. : Питер, 2009 .— 368 с.
4	Инструменты и механизмы территориального маркетинга	1. Маркетинг : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК" / [Е. В. Закшевская [и др.] ; под ред. Е. В. Закшевской .– Москва : КолосС, 2012 .– 247 с. 2. Сачук. Т.В. Территориальный маркетинг : [учебное пособие] / Т. В. Сачук .— М. ; СПб. : Питер, 2009 .— 368 с.

№ п/п	Тема самостоятельной работы	Учебно-методическое обеспечение
5	Сегментация и поведение потребителей в территориальном маркетинге	<p>1. Маркетинг : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК" / [Е. В. Закшевская [и др.] ; под ред. Е. В. Закшевской .– Москва : КолосС, 2012 .– 247 с.</p> <p>2. Сачук. Т.В. Территориальный маркетинг : [учебное пособие] / Т. В. Сачук .— М. ; СПб. : Питер, 2009 .— 368 с.</p>
6	Позиционирование территории	<p>1. Маркетинг : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК" / [Е. В. Закшевская [и др.] ; под ред. Е. В. Закшевской .– Москва : КолосС, 2012 .– 247 с.</p> <p>2. Сачук. Т.В. Территориальный маркетинг : [учебное пособие] / Т. В. Сачук .— М. ; СПб. : Питер, 2009 .— 368 с.</p>
7	Конкурентоспособность и конкурентные преимущества территории	<p>1. Маркетинг : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК" / [Е. В. Закшевская [и др.] ; под ред. Е. В. Закшевской .– Москва : КолосС, 2012 .– 247 с.</p> <p>2. Сачук. Т.В. Территориальный маркетинг : [учебное пособие] / Т. В. Сачук .— М. ; СПб. : Питер, 2009 .— 368 с.</p>
8	Роль коммуникаций в маркетинге территорий	<p>1. Маркетинг : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК" / [Е. В. Закшевская [и др.] ; под ред. Е. В. Закшевской .– Москва : КолосС, 2012 .– 247 с.</p> <p>2. Сачук. Т.В. Территориальный маркетинг : [учебное пособие] / Т. В. Сачук .— М. ; СПб. : Питер, 2009 .— 368 с.</p>
9	Территориальная служба маркетинга: особенности построения, основные задачи и направления работы	<p>1. Маркетинг : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК" / [Е. В. Закшевская [и др.] ; под ред. Е. В. Закшевской .– Москва : КолосС, 2012 .– 247 с.</p> <p>2. Сачук. Т.В. Территориальный маркетинг : [учебное пособие] / Т. В. Сачук .— М. ; СПб. : Питер, 2009 .— 368 с.</p>

Обучающиеся самостоятельно изучают все темы дисциплины на основе собственных конспектов лекций, раздаточного материала к лекциям, материалов компьютерных презентаций лекционного курса, основной и дополнительной литературы и других информационных ресурсов.

Все практические задания выполняются как на практических занятиях (в то числе и самостоятельно), так и вне аудиторий.

Важным аспектом при систематизации знаний являются консультации преподавателя, который на каждом занятии должен обращать внимание студентов на ключевые вопросы каждой темы, на взаимосвязь тем между собой и необходимость самостоятельного изучения конкретных вопросов темы.

Для осуществления самостоятельной работы, помимо печатных изданий, обучающимся рекомендованы к использованию также ниже приведенные ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и электронные полнотекстовые ресурсы Научной библиотеки ВГАУ (<http://library.vsau.ru/>).

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

1. <http://www.libertarium.ru/library> — библиотека материалов по экономической тематике.
 2. <http://www.finansy.ru> — материалы по социально-экономическому положению и развитию в России.
 3. <http://www.minfin.ru> – Официальный сайт Министерства финансов.
 4. <http://www.fedcom.ru> – Федеральная комиссия по рынку ценных бумаг.
 5. <http://www.mse.ru> - Межбанковская фондовая биржа.
 6. <http://www.cbr.ru> — Официальный сайт Центрального банка России (аналитические материалы).
 7. <http://www.rbc.ru> - РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера).
 8. <http://www.budgetrf.ru> - Мониторинг экономических показателей
 9. <http://www.gks.ru> – Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации
- www.government.ru – Официальный сайт Правительства Российской Федерации

Электронные полнотекстовые ресурсы Научной библиотеки ВГАУ (<http://library.vsau.ru/>)

Наименование ресурса	Сведения о правообладателе	Адрес в сети Интернет
ЭБС «Znanium.com»	ООО «Научно-издательский центр ИНФРА-М»	http://znanium.com
ЭБС издательства «Лань»	ООО «Издательство Лань»	http://e.lanbook.com

ЭБС издательства «Перспектив науки»	ООО «Перспектив науки»	www.prospektnauki.ru
ЭБС «Национальный цифровой ресурс «РУ-КОИТ»	ООО «ТРАНСЛОГ»	http://rucont.ru/
Электронные информационные ресурсы ФГБНУ ЦНСХБ (терминал удаленного доступа)	Федеральное гос. бюджетное учреждение «Центральная научная сельскохозяйственная библиотека»	http://www.cnsnb.ru/terminal/
Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU	ООО «РУНЭБ»	www.elibrary.ru
Электронный архив журналов зарубежных издательств	НП «Национальный Электронно-Информационный Консорциум»	http://archive.neicon.ru/
Национальная электронная библиотека	Российская государственная библиотека	https://нэб.рф/

Помещениями для самостоятельной работы обучающихся являются читальный зал ауд. 232а, читальный зал научной библиотеки, компьютерный класс общежития №7, которые оснащены 50 компьютерами с выходом в локальную сеть и Интернет, доступом к справочно-правовым системам «Гарант» и «Консультант Плюс», электронным учебно-методическим материалам, библиотечному электронному каталогу, ЭБС, к электронной информационно-образовательной среде.

4. Особенности контроля и оценки СР

Контроль самостоятельной работы обучающихся – это комплекс мероприятий, включающий анализ и оценку самостоятельной работы обучающихся в ходе освоения ими учебной дисциплины (модуля). Контроль самостоятельной работы и оценка ее результатов организуется как единство двух форм: самоконтроль и самооценка обучающегося; контроль и оценка со стороны преподавателя. Контроль самостоятельной работы со стороны преподавателя может осуществляться как на аудиторных занятиях, так и в рамках индивидуальной работы с обучающимися в различных формах, определяемых преподавателем в рабочей программе учебной дисциплины (практики).

Виды контроля: устный опрос; письменные работы; контроль с помощью технических средств и информационных систем, интерактивных технологий.

Постоянный текущий контроль самостоятельной работы (после изучения каждой темы и раздела) позволяет обучающемуся систематизировать знания как в разрезе отдельных тем, так и отдельных разделов дисциплины.

По итогам каждой темы практических занятий должен быть сформирован отчет с результатами выполнения индивидуального задания. В ходе индивидуального опроса преподаватель должен проверить правильность выполнения задания и уровень освоения обучающимся данной темы.

При индивидуальном опросе преподаватель обращает особое внимание на уровень знаний магистрантами содержания вопросов темы.

По результатам опроса по каждой теме обучающемуся выставляется оценка.

Тестирование - форма унифицированного контроля знаний, умений и навыков на основе тестов, стандартизированных процедур проведения тестового контроля, обработки, анализа и представления результатов. Тестирование как форму текущего контроля знаний рекомендуется использовать по мере изучения отдельных разделов дисциплины. Также рекомендуется проводить тестирование и после изучения всего курса.

Вопросы тестов приведены в Рабочей программе данной дисциплины.

Тестирование по разделам дисциплины и в целом по дисциплине проходит в соответствии с графиком тестирования, составляемого на основе календарных планов проведения аудиторных занятий.

На основании аттестации по отдельным темам лекций и практических занятий и результатов тестирования преподаватель, ведущий практические занятия, заполняет ведомость текущего контроля знаний и выводит среднюю интегрированную оценку, которой он оценивает результаты освоения дисциплины каждым обучающимся .

Перечень контрольных мероприятий, распределение баллов по всем видам и формам контроля (текущей и промежуточной аттестации) регламентируются рабочей программой дисциплины и ФОСом, которые разрабатываются преподавателем и доступны в электронной образовательной среде Университета <http://io.vsau.ru/>.