



Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**Пермский национальный исследовательский  
политехнический университет**

Гуманитарный факультет  
Кафедра «Менеджмента и маркетинга»

**УТВЕРЖДАЮ**

Заведующий кафедрой  
«Менеджмент и маркетинг»

Д-р эконом. наук, проф.

*А.В. Молодчик* А.В. Молодчик

Протокол заседания кафедры № 5  
«9» ноября 2016 г.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Маркетинг территорий**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Основная образовательная программа подготовки бакалавров

Программа прикладного бакалавриата

Направление 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление»

Профиль подготовки бакалавра  
Специализация специалиста

Государственное и муниципальное управление  
*в субъекте РФ*

Выпускающая кафедра

Государственного управления и истории

Квалификация (степень) выпускника

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Курс: 4

Семестр: 8

Трудоёмкость:

Кредитов по рабочему учебному плану:

3 ЗЕ

Часов по рабочему учебному плану:

108 ч.

Виды контроля:

Экзамен: -

Зачёт: **8 семестр**

Курсовой проект: -

Курсовая работа: -

Пермь 2016

ТЛЧ

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования



**Пермский национальный исследовательский  
политехнический университет**

Гуманитарный факультет. Кафедра государственного управления и истории



**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной работе,  
д-р техн. наук, проф.

Н. В. Лобов

2013 г.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ  
БЗ.В.8 Маркетинг территорий**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Основная образовательная программа подготовки бакалавров

Направление 081100 «Государственное и муниципальное управление»

**Профиль подготовки бакалавра  
Специализация специалиста**

Государственное и муниципальное управление  
*в субъекте РФ*

**Выпускающая кафедра**

Государственного управления и истории

**Квалификация (степень) выпускника**

Бакалавр

**Форма обучения**

Очная

**Курс: 3**

**Семестр: 5**

**Трудоёмкость:**

Кредитов по рабочему учебному плану:

3 ЗЕ

Часов по рабочему учебному плану:

108 ч.

**Виды контроля:**

Экзамен: -

Зачёт: **5 семестр**

Курсовой проект: -

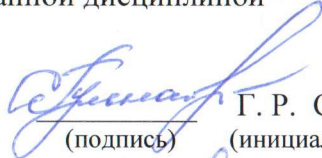
Курсовая работа: -

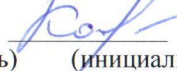
**Пермь  
2013**

**Рабочая программа дисциплины БЗ.В.8 Маркетинг территорий** разработана на основании:

- федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования, утверждённого приказом министерством образования и науки Российской Федерации «17» января 2011 г. номер приказа «41» по направлению 081100 «Государственное и муниципальное управление». Профиль подготовки «Государственное и муниципальное управление»;
- компетентностной модели выпускника по направлению 081100 «Государственное и муниципальное управление», по профилю подготовки «Государственное и муниципальное управление», утверждённой «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.;
- рабочего учебного плана очной формы обучения (набора 2011 года), утверждённого «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.;

**Рабочая программа согласована** с рабочими программами дисциплин: Основы предпринимательской деятельности, Теория управления, Принятие и исполнение государственных решений, Методы принятия управленческих решений, Пермский регион: экономика, социальное развитие, история, Основы моделирования социально-экономических процессов, Национальные отношения в российском государстве, участвующих в формировании компетенций совместно с данной дисциплиной

Разработчик старший преподаватель  Г. Р. Суздалева  
(учёная степень, звание) (подпись) (инициалы, фамилия)

Рецензент д-р филос. наук, профессор  С. В. Комаров  
(учёная степень, звание) (подпись) (инициалы, фамилия)

**Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга «11» сентября 2013 г., протокол № 1**

Заведующий кафедрой,  
ведущей дисциплину  
д-р экон. наук, проф.

 А.В. Молодчик

**Рабочая программа одобрена учебно-методической комиссией Гуманитарного факультета «16» сентября 2013 г., протокол № 2.**

Председатель учебно-методической комиссии  
Гуманитарного факультета  
д-р социол. наук, проф.

 В.Н. Стегний

**СОГЛАСОВАНО**

Заведующий выпускающей  
кафедрой государственного управления и  
истории  
д-р истор. наук, проф.

 В.П. Мохов

Начальник управления образовательных  
программ, канд. техн. наук, доцент

 Д. С. Репецкий

## 1. Общие положения

**1.1 Цель дисциплины** – формирование у студентов четкого представления о маркетинге, как о концепции внутрифирменного управления и целостной системе организации предпринимательской деятельности, направленной на решение задач предприятия по организации производства и предложения на рынке товаров и услуг, в наибольшей степени удовлетворяющих потребности активных и потенциальных покупателей.

В процессе изучения данной дисциплины студент осваивает следующую компетенцию:

- Умение организовывать контроль исполнения, проводить оценку качества управленческих решений и осуществление административных процессов (ПК-25).

### 1.2 Задачи дисциплины:

- **формирование знаний**

знать базовые понятия и определения в области маркетинга; знать концепции развития маркетинговой деятельности.

- **формирование умений**

уметь проводить анализ рынка, с учетом принципов сегментирования, уметь организовывать и проводить маркетинговые исследования.

- **формирование навыков**

владеть навыками принятия обоснованных решений относительно маркетинговой политики организации.

### 1.3 Предметом освоения дисциплины являются следующие объекты:

- товарная политика организации;
- ценовая политика организации;
- сбытовая политика организации;
- политика продвижения организации.

### 1.4 Место учебной дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг территорий» относится к вариативной части блока 1 «Дисциплин» и является дисциплиной по выбору студента при освоении ОПОП по направлению подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление».

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить части указанных в пункте 1.1 компетенций и демонстрировать следующие результаты:

#### **Знать:**

- сущность маркетинга;
- виды рынков;
- комплекс маркетинга.

#### **Уметь:**

- проводить анализ рынка, с учетом принципов сегментирования;
- проводить маркетинговые исследования;
- анализировать маркетинговую среду.

**Владеть:**

- навыками разработки маркетинговой политики организации.

В таблице 1.1 приведены предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенции, заявленной в пункте 1.1.

Таблица 1.1 – Дисциплины, направленные на формирование компетенции

<b>Индекс</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Предшествующие дисциплины</b>	<b>Последующие дисциплины (группы дисциплин)</b>
<b>Профессиональная компетенция</b>			
ПК-25	Умение организовывать контроль исполнения, проводить оценку качества управленческих решений и осуществление административных процессов.	Методы принятия управленческих решений Основы государственного и муниципального управления Административные процессы в системе государственного муниципального управления Принятие и исполнение государственных решений Административное право Гражданское право Производственная практика	Основы маркетинга

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

Учебная дисциплина обеспечивает формирование части компетенции ПК-25.

### 2.1 Дисциплинарная карта компетенции ПК-25

<b>Код ПК-25</b>	<b>Формулировка компетенции:</b> Умение организовывать контроль исполнения, проводить оценку качества управленческих решений и осуществление административных процессов
<b>Код Б1.ДВ.01.1 ПК-25</b>	<b>Формулировка дисциплинарной части компетенции:</b> Способность принимать организационно-управленческие решения относительно маркетинговой политики территорий, уметь оценивать результаты и последствия принятых управленческих решений.

### Требования к компонентному составу части компетенции

Перечень компонентов	Виды учебной работы	Средства оценки
<b>Знает:</b> - сущность маркетинга; - виды рынков; - комплекс маркетинга.	Лекции, самостоятельная работа по изучению теоретического материала, подготовка к зачету.	Теоретический опрос, тестовые вопросы рубежного контроля. Теоретические вопросы зачета
<b>Умеет:</b> - проводить анализ рынка, с учетом принципов сегментирования; - проводить маркетинговые исследования; - анализировать маркетинговую среду.	Практические занятия, проектная работа по решению индивидуальных заданий (кейсов).	Индивидуальные задания (Решение и защита кейсов). Комплексные задания зачета
<b>Владеет:</b> - навыками разработки маркетинговой политики организации.	Практические занятия, проектная работа по решению индивидуальных заданий (кейсов).	Индивидуальные задания (Решение и защита кейсов) Комплексные задания зачета.

## 3. Структура учебной дисциплины по видам и формам учебной работы

Объём дисциплины в зачетных единицах составляет 3 ЗЕ. Количество часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся указано в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Объём и виды учебной работы

№ п.п.	Виды учебной работы	Трудоёмкость		
		по семестрам		всего
1	2	3	4	5
1	<b>Аудиторная (контактная) работа</b>	<b>54</b>		<b>54</b>
	Лекции (Л)	18		18
	Практические занятия (ПЗ)	34		34
	Лабораторные работы (ЛР)			
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	<b>2</b>		<b>2</b>
2	<b>Самостоятельная работа студентов (СРС)</b>	<b>54</b>		<b>54</b>
	Изучение теоретического материала	24		24
	Выполнение заданий по разбору кейсов	30		30
3	Итоговый контроль (промежуточная аттестация обучающихся) по дисциплине: <i>зачет</i>			
4	<b>Трудоёмкость дисциплины</b>  <b>Всего: в часах (ч) в зачётных единицах (ЗЕ)</b>	<b>108 3</b>		<b>108 3</b>

#### 4. Содержание учебной дисциплины

##### 4.1 Модульный тематический план

Таблица 4.1 – Тематический план по модулям учебной дисциплины

Номер учебного модуля	Номер раздела дисциплины	Номер темы дисциплины	Количество часов и виды занятий (очная форма обучения)							Итоговый контроль	Трудоёмкость, ч / ЗЕ	
			аудиторная работа					КСР	Самостоятельная работа			
			Всего	Л	ПЗ	ЛР	Аттестация					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	1	Введение	3	1	2					2		5
		1	3	1	2					2		5
	2	2	6	2	4					12		18
		3	6	2	4					4		10
		4	5	1	4					2		7
		5	4	2	2					4		8
		6	5	1	4					4		9
		<b>Всего по модулю:</b>	<b>33</b>	<b>10</b>	<b>22</b>					<b>1</b>	<b>30</b>	
2	3	7	6	2	4				10		16	

		8	4	2	2				6		10
		9	4	2	2				6		10
		10	6	2	4				2		8
	<b>Всего по модулю:</b>	<b>21</b>	<b>8</b>	<b>12</b>				<b>1</b>	<b>24</b>		<b>45/1,18</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>											
	<b>Итого:</b>	<b>54</b>	<b>18</b>	<b>34</b>				<b>2</b>	<b>54</b>		<b>108</b>

#### 4.2. Содержание разделов и тем учебной дисциплины

##### **Модуль 1. Социально-экономические Маркетинг территорий.**

##### **Раздел 1. Сущность маркетинга.**

Л – 2 ч, ПЗ – 4 ч, СРС – 4 ч.

##### Введение.

Основные понятия в маркетинге. Основные составляющие термина «маркетинг»: нужда, потребность, запрос, товар, обмен, сделка, рынок.

##### Тема 1. Концепции маркетинга.

Концепции развития маркетинговой деятельности: производственная концепция, товарная концепция, сбытовая концепция, рыночная концепция, концепция социально-этичного маркетинга.

##### **Раздел 2. Сущность маркетинговой деятельности.**

Л – 8 ч, ПЗ – 18 ч, СРС – 26 ч.

##### Тема 2. Рынок как объект маркетинговой деятельности.

Рынок. Виды рынков. Потребительский рынок. Модель потребительского поведения. Факторы, формирующие потребительское поведение. Процесс принятия решения о покупке. Рынок предприятий. Виды рынков предприятий: рынок товаров промышленного назначения, рынок промежуточных продавцов, рынок государственных учреждений.

##### Тема 3. Потребитель как объект сегментирования рынка.

Сегментирование рынка. Принципы сегментирования рынка: географический, демографический, социографический, поведенческий. Процесс сегментирования рынка: сегментация рынка, выбор целевых сегментов, позиционирование на рынке.

##### Тема 4. Маркетинговые исследования.

Маркетинговые исследования. Процесс проведения маркетинговых исследований. Методы получения первичной информации: наблюдение, интервью, панель, экспериментирование.

##### Тема 5. Маркетинговая среда.

Маркетинговая среда организации. Микросреда организации: конкуренты, потребители, поставщики, посредники, контактные аудитории. Макросреда организации: экономические факторы, природные факторы, демографические факторы, культурно-социальные факторы, научно-технические факторы, политико-правовые факторы.

##### Тема 6. Анализ рынка.

Анализ рынка. Методики анализа рынка: конъюнктура рынка, емкость рынка, доля рынка.

##### **Модуль 2. Организация маркетинговой деятельности.**



### Раздел 3. Комплекс маркетинга

Л – 8 ч, ПЗ – 12 ч, СРС – 24 ч.

#### Тема 7. Товарная политика.

Общая характеристика и классификация товаров. Решение об использовании марок. Решение об упаковке и маркировке товара. Решение о качестве и свойствах товара. Решение относительно товарного ассортимента и товарной номенклатуры. Разработка новых товаров. Жизненный цикл товара. Конкурентоспособность товара.

#### Тема 8. Ценовая политика.

Условия ценообразования. Методика расчета цен. Стратегия и тактика ценообразования: установление цен на новый товар, ценообразование в рамках товарной номенклатуры, установление цен по географическому принципу, установление цен со скидками и зачетами, установление цен для стимулирования сбыта, установление дискриминационных цен.

#### Тема 9. Сбытовая политика.

Каналы распределения. Уровни канала распределения. Товародвижение. Розничная торговля. Типы внемагазинной розничной торговли. Продажа через торговые автоматы. Прямой маркетинг. Оптовая торговля. Отличия оптовой торговли от розничной торговли. Типы компаний, занимающихся оптовой торговлей.

#### Тема 10. Политика продвижения.

Основные методы продвижения. Реклама. Виды рекламы, в зависимости от этапа жизненного цикла товара. Виды рекламы, в зависимости от рекламных средств. Рекламный слоган. Личная продажа. Дополнительные методы продвижения. Пропаганда. Стимулирование сбыта.

### 4.3 Перечень тем практических занятий

Таблица 4.3 – Темы практических занятий

№ п.п.	Номер темы дисциплины	Наименование темы практического занятия
1	2	3
1	Введение	Составляющие маркетинга: «нужда», «потребность», «запрос». Сходства и отличительные особенности. <i>Цель:</i> - формирование умения проводить маркетинговые исследования. <i>Предусмотрены:</i> - командная работа студентов; - собеседование по теме практического занятия.
2	1	Анализ концепции маркетинговой деятельности организации. <i>Цель:</i> - формирование умения проводить маркетинговые исследования. <i>Предусмотрены:</i> - командная работа студентов; - собеседование по теме практического занятия.
3	2	Анализ факторов, влияющих на формирование потребительского поведения. <i>Цель:</i> - формирование умения анализировать маркетинговую среду.

		<p><i>Предусмотрены:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- командная работа студентов;</li> <li>- собеседование по теме практического занятия.</li> </ul>
4	3	<p>Сегментирование различных видов рынка.</p> <p><i>Цель:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формирование умения проводить анализ рынка, с учетом принципов сегментирования.</li> </ul> <p><i>Предусмотрены:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- командная работа студентов;</li> <li>- собеседование по теме практического занятия.</li> </ul>
5	4	<p>Маркетинговые исследования в современных организациях.</p> <p><i>Цель:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формирование умения проводить маркетинговые исследования.</li> </ul> <p><i>Предусмотрены:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- командная работа студентов;</li> <li>- собеседование по теме практического занятия.</li> </ul>
6	5	<p>Анализ маркетинговой среды организации.</p> <p><i>Цель:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формирование умения анализировать маркетинговую среду.</li> </ul> <p><i>Предусмотрены:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- командная работа студентов;</li> <li>- собеседование по теме практического занятия.</li> </ul>
7	6	<p>Анализ рынка: расчет емкости рынка, расчет доли рынка, определение конъюнктуры рынка.</p> <p><i>Цель:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формирование умения проводить анализ рынка, с учетом принципов сегментирования.</li> </ul> <p><i>Предусмотрены:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- командная работа студентов;</li> <li>- собеседование по теме практического занятия.</li> </ul>
8	7	<p>Разработка товарной политики организации.</p> <p><i>Цель:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формирование навыков разработки маркетинговой политики организации.</li> </ul> <p><i>Предусмотрены:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- командная работа студентов;</li> <li>- собеседование по теме практического занятия.</li> </ul>
9	8	<p>Разработка ценовой политики организации.</p> <p><i>Цель:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формирование навыков разработки маркетинговой политики организации.</li> </ul> <p><i>Предусмотрены:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- командная работа студентов;</li> <li>- собеседование по теме практического занятия.</li> </ul>
10	9	<p>Разработка сбытовой политики организации.</p> <p><i>Цель:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формирование навыков разработки маркетинговой политики организации.</li> </ul> <p><i>Предусмотрены:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- командная работа студентов;</li> <li>- собеседование по теме практического занятия.</li> </ul>

11	10	<p style="text-align: center;">Разработка политики продвижения организации.</p> <p><i>Цель:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формирование навыков разработки маркетинговой политики организации.</li> </ul> <p><i>Предусмотрены:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- командная работа студентов;</li> <li>- собеседование по теме практического занятия.</li> </ul>
----	----	--

#### 4.4 Перечень тем лабораторных работ

Не предусмотрены.

## 5. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению заданий по практическим занятиям.
4. Изучение дисциплины осуществляется в течение одного семестра, график изучения дисциплины приводится п.7.
5. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

### 5.1 Виды самостоятельной работы студентов

Таблица 5.1 – Виды самостоятельной работы студентов (СРС)

Номер темы дисциплины	Вид самостоятельной работы студентов	Трудоёмкость, часов
1	2	3
Введение	<i>Подготовка к практическим занятиям:</i> - Выполнение заданий по разбору кейсов.	2
1	<i>Подготовка к практическим занятиям:</i> - Выполнение заданий по разбору кейсов.	2
2	<i>Изучение теоретического материала:</i> - Процесс принятия решения о покупке. - Факторы, формирующие потребительское поведение. <i>Подготовка к практическим занятиям:</i> - Выполнение заданий по разбору кейсов.	8 4
3	<i>Подготовка к практическим занятиям:</i> - Выполнение заданий по разбору кейсов.	4
4	<i>Подготовка к практическим занятиям:</i> - Выполнение заданий по разбору кейсов.	2
5	<i>Подготовка к практическим занятиям:</i> - Выполнение заданий по разбору кейсов.	4
6	<i>Подготовка к практическим занятиям:</i> - Выполнение заданий по разбору кейсов.	4
7	<i>Изучение теоретического материала:</i> - Принятие решений относительно товарного ассортимента и товарной номенклатуры. <i>Подготовка к практическим занятиям:</i> - Выполнение заданий по разбору кейсов.	8 2
8	<i>Изучение теоретического материала:</i> - Стратегия и тактика ценообразования при установлении дискриминационных цен. <i>Подготовка к практическим занятиям:</i> - Выполнение заданий по разбору кейсов.	4 2
9	<i>Изучение теоретического материала:</i> - Типы внемагазинной розничной и оптовой торговли.	4

	<i>Подготовка к практическим занятиям:</i> - Выполнение заданий по разбору кейсов.	2
10	<i>Подготовка к практическим занятиям:</i> - Выполнение заданий по разбору кейсов.	2
	Итого: в ч / в ЗЕ	<b>54/1,42</b>

### 5.1.1 Изучение теоретического материала

Номер темы дисциплины	Тематика вопросов для самостоятельного изучения студентами
2	- Процесс принятия решения о покупке. - Факторы, формирующие потребительское поведение.
7	- Принятие решений относительно товарного ассортимента и товарной номенклатуры.
8	- Стратегия и тактика ценообразования при установлении дискриминационных цен.
9	- Типы внемагазинной розничной и оптовой торговли.

### 5.2. Перечень тем курсовых работ

Не предусмотрены.

### 5.3. Перечень тем эссе

Не предусмотрены.

### 5.4. Образовательные технологии, используемые для формирования компетенции

Образовательные технологии рассматриваются как пути и способы выработки компетенции посредством системной организации учебного процесса. Цель образовательной технологии – овладение компетенцией ОПК-2.

Основными видами образовательных технологий являются: технологии активного обучения, информационно-коммуникационные технологии (компьютеры, телекоммуникационные сети, средства мультимедиа). Эффективность образовательных технологий зависит от активных методов обучения. Активные методы должны вносить элементы существенного приближения учебного процесса к практической профессиональной деятельности, тем самым способствуя формированию и оцениванию общепрофессиональной компетенции обучающегося.

#### **Формы организации работы студентов:**

*Командная работа* – предусматривает разделение группы студентов на подгруппы для выполнения заданий практических занятий.

*Собеседование* – обсуждение проблемных вопросов.

В процессе **лекции** студент должен усвоить и законспектировать название темы, учебных вопросов и основные блоки теоретического материала, т.е., сделанные преподавателем теоретические послышки (гипотезы), их аргументацию и выводы. В случае, если какое-либо положение не совсем понятно студенту или представляется недостаточно убедительным, целесообразно задавать преподавателю уточняющие вопросы. Наличие у

студента конспекта лекции обязательно. Материалы лекции являются основой для подготовки к практическим занятиям.

Основной целью **практических занятий** является комплексный контроль усвоения пройденного материала, хода выполнения студентами самостоятельной работы и рассмотрение наиболее сложных и спорных вопросов в рамках темы занятия. Ряд вопросов дисциплины, требующих авторского подхода к их рассмотрению, заслушиваются на практических занятиях в форме подготовленных студентами выступлений (7 - 10 минут) с последующей их оценкой всеми студентами группы.

**Самостоятельная работа** преследует цель закрепить, углубить и расширить знания, полученные студентами в ходе аудиторных занятий, а также сформировать навыки работы с научной, учебной и учебно-методической литературой, развивать творческое, продуктивное мышление обучаемых, их креативные качества, направленные на формирование компетенции: ОПК-2.

## **6. Фонд оценочных средств дисциплины**

### **6.1 Текущий контроль освоения заданных дисциплинарных частей компетенции**

Текущий контроль освоения заданных дисциплинарных частей компетенции проводится в форме теоретического опроса студентов по каждому разделу, и осуществляется при защите кейсов на практических занятиях.

### **6.2 Рубежный контроль освоения заданных дисциплинарных частей компетенции**

Рубежный контроль освоения заданных дисциплинарных частей компетенции проводится по окончании модулей в следующей форме:

Модуль 1 – Тест 1 (Т1).

Модуль 2 – Тест 2 (Т2).

### **6.3 Промежуточный контроль освоения заданных дисциплинарных частей компетенции**

**Зачет.** Зачет по дисциплине выставляется в виде интегральной оценки по итогам проведённого текущего и рубежного промежуточного контроля и при выполнении заданий всех практических занятий. Условиями постановки зачета являются успешные результаты тестов и положительная интегральная оценка по результатам текущего и рубежного контроля.

В отдельных случаях, например, в случае переаттестации дисциплины, либо если студент не прошел аттестацию по результатам текущего и рубежного контроля, зачет по дисциплине может проводиться с проведением аттестационного испытания, которое включает в себя теоретические вопросы (ТВ) для проверки усвоенных знаний, а так же комплексные задания (вопросы кейсов (К<sub>1</sub>, К<sub>2</sub>, К<sub>3</sub>, К<sub>4</sub>)) для проверки освоенных умений и владений заявленной дисциплинарной компетенции.

Фонды оценочных средств, включающий типовые задания, тесты и методы оценки, критерии оценивания, перечень контрольных точек и таблица планирования результатов обучения, позволяющие оценить результаты освоения данной дисциплины, входит в состав УМКД в виде приложения.

## 6.4 Виды текущего, рубежного и промежуточного контроля освоения компонентов и частей компетенции

Таблица 6.1. - Виды контроля освоения элементов и частей компетенции

Контролируемые результаты освоения дисциплины (ЗУВЫ)	Вид контроля				
	Текущий		Рубежный	Промежуточная аттестация	
	ТО	ИЗ	Т	Зачет	
				ТВ	КЗ
<b>Усвоенные знания</b>					
<b>3.1</b> знать сущность маркетинга;	ТО <sub>1</sub>		Т <sub>1</sub>	ТВ	
<b>3.2</b> знать виды рынков;	ТО <sub>2</sub>		Т <sub>1</sub>	ТВ	
<b>3.3</b> знать комплекс маркетинга.	ТО <sub>3</sub>		Т <sub>2</sub>	ТВ	
<b>Освоенные умения</b>					
<b>У.1</b> уметь проводить анализ рынка, с учетом принципов сегментирования;		К <sub>1</sub>			КЗ
<b>У.2</b> уметь проводить маркетинговые исследования;		К <sub>2</sub>			КЗ
<b>У.3</b> уметь анализировать маркетинговую среду.		К <sub>3</sub>			КЗ
<b>Приобретенные владения</b>					
<b>В.1</b> владеть навыками разработки маркетинговой политики организации.		К <sub>4</sub>			КЗ

### Условные обозначения:

ТО – теоретический опрос (контроль знаний);  
 ИЗ – индивидуальные задания (решение и защита кейсов) (контроль умений и владений);

Т – тестовые вопросы рубежного контроля (контроль знаний);  
 ТВ – теоретические вопросы зачета (контроль знаний);  
 КЗ – комплексные задания зачета (контроль умений и владений)

## 7. График учебного процесса по дисциплине

Таблица 7.1 – График учебного процесса по дисциплине

Вид работы	Распределение часов по учебным неделям																		Итого, ч
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
<b>Раздел:</b>	<b>P1</b>			<b>P2</b>									<b>P3</b>						
Лекции	1		1		1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	<b>18</b>
Практические занятия	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	<b>34</b>
КСР												1						1	<b>2</b>
Изучение теоретического материала					4	4							4	4	4	4			<b>24</b>
Выполнение задание по разбору кейсов		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		2	2	2	2		<b>30</b>
<b>Модуль:</b>	<b>M1</b>												<b>M2</b>						
Контр. тестирование												*						*	
Дисциплин. контроль																			<b>Зачет</b>



## 8. Перечень учебно-методического и информационного обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

### 8.1 Карта обеспеченности дисциплины учебно-методической литературой

<b>Б1.ДВ.01.1</b> <b>Маркетинг территорий</b> <i>(полное название дисциплины)</i>	<b>Блок 1 (Б1). Дисциплины (модули)</b> <i>(цикл дисциплины)</i>																		
	<table border="1"><tr><td></td><td>обязательная</td><td></td><td>базовая часть цикла</td></tr><tr><td>x</td><td>по выбору студента</td><td>x</td><td>вариативная часть цикла</td></tr></table>		обязательная		базовая часть цикла	x	по выбору студента	x	вариативная часть цикла										
	обязательная		базовая часть цикла																
x	по выбору студента	x	вариативная часть цикла																
<b>38.03.04</b> <i>(код направления подготовки / специальности)</i>	<b>«Государственное и муниципальное управление»</b> профиль «Государственное и муниципальное управление в субъекте РФ» <i>(полное название направления подготовки / специальности)</i>																		
<b>ГМУ / ГМУ</b> <i>(аббревиатура направления / специальности)</i>	<table border="1"><tr><td>Уровень подготовки</td><td></td><td>специалист</td><td>Форма обучения</td><td>x</td><td>очная</td></tr><tr><td></td><td>x</td><td>бакалавр</td><td></td><td></td><td>заочная</td></tr><tr><td></td><td></td><td>магистр</td><td></td><td></td><td>очно-заочная</td></tr></table>	Уровень подготовки		специалист	Форма обучения	x	очная		x	бакалавр			заочная			магистр			очно-заочная
Уровень подготовки		специалист	Форма обучения	x	очная														
	x	бакалавр			заочная														
		магистр			очно-заочная														
<u>2016</u> <i>(год утверждения учебного плана ОПОП)</i>	Семестр(ы) <u>8</u>	Количество групп	<u>3</u>																
		Количество студентов	<u>60</u>																

Е. М. Мыльникова

доцент

Гуманитарный факультет

«Менеджмент и маркетинг»

8-922-33-29-29-2, elenam152@yandex.ru

Карта книго-  
обеспеченности  
в библиотеку сдана

## 8.2 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

№	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Количество экземпляров в библиотеке + кафедре; местонахождение электронных изданий
1	2	3
<b>1. Основная литература</b>		
1.	Парамонова Т. Н., Красюк И. Н., Калугина С. А., Немковский Б. Л. Маркетинг: учебник. – М.: КНОРУС, 2016.	6
2.	Егоршин А. П. Маркетинг организации: учебник для вузов для бакалавров и специалистов. – СПб.: Питер, 2016.	3
3.	Дробышева Е. А. Основы маркетинга: теория и практика: учебно-методическое пособие. - Пермь: Изд-во ПНИПУ, 2012.	14 + ЭБ
<b>2. Дополнительная литература</b>		
<b>2.1. Учебные и научные издания</b>		
1.	Шемятихина Л. Ю., Лагутина Е. Е. Маркетинг для бакалавров менеджмента и экономики: учебное пособие для вузов. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2015.	2
2.	Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент. – СПб.: Питер, 2015.	5
3.	Синяева В. М., Маслова В. М., Романенкова О. Н., Синяев В. В. Маркетинг PR и рекламы: учебник для вузов. – М.: ЮНИТИ, 2014.	3
4.	Беляевский И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: учебное пособие для вузов. – М.: КУРС ИНФРА-М, 2013.	2
5.	Бронникова Т. С. Маркетинг: теория, методика, практика: учебное пособие для вузов. – М.: КНОРУС, 2013, 2016	7
6.	Синяева И. М., Романенкова О. Н. Маркетинг: теория и практика: учебник для бакалавров. – М.: Юрайт, 2013.	6
<b>2.2. Периодические издания</b>		
1.	Российский журнал менеджмента : всероссийский научный журнал в области общего и стратегического менеджмента / Санкт-Петербургский государственный университет, Факультет менеджмента; Под ред. В. С. Катькало .— Санкт-Петербург : Редакция журнала, 2003 - . — В вузах : ПГУ 2005-2010, ПГТУ 2006-2012 .— Издается с 2003 г. — Ежеквартальное	
<b>2.3. Нормативно-технические издания</b>		
	Не используются	

Карта книго-  
обеспеченности  
в библиотеку сдана

№	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Количество экземпляров в библиотеке + кафедре; местонахождение электронных изданий
<b>2.4. Официальные издания</b>		
	Не используются	
<b>2.5. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины</b>		
1.	Электронная библиотека Научной библиотеки Пермского национального исследовательского политехнического университета [Электронный ресурс : полнотекстовая база данных электрон. документов изданных в Изд-ве ПНИПУ]. – Электрон. дан. (1 912 записей). – Пермь, 2014- . – Режим доступа: <a href="http://elib.pstu.ru/">http://elib.pstu.ru/</a> . – Загл. с экрана.	

**Основные данные об обеспеченности на** \_\_\_\_\_

основная литература  обеспечена  не обеспечена

дополнительная литература  обеспечена  не обеспечена

Зав. отделом комплектования  
научной библиотеки \_\_\_\_\_ *Н. В. Тюрикова* Н. В. Тюрикова

**Текущие данные об обеспеченности на** \_\_\_\_\_

основная литература  обеспечена  не обеспечена

дополнительная литература  обеспечена  не обеспечена

Зав. отделом комплектования  
научной библиотеки \_\_\_\_\_ Н. В. Тюрикова

**8.3 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

**8.3.1. Перечень программного обеспечения, в том числе компьютерные обучающие и контролируемые программы**

Таблица 8.1– Программы, используемые для обучения и контроля

<b>№ п.п.</b>	<b>Вид учебного занятия</b>	<b>Наименование программного продукта</b>	<b>Рег. номер</b>	<b>Назначение</b>
1.	Л	PowerPoint		Презентационное сопровождение лекционного материала

**8.4 Аудио- и видео-пособия**

Таблица 8.2 – Используемые аудио- и видео-пособия

<b>Вид аудио-, видео-пособия</b>				<b>Наименование учебного пособия</b>
<b>теле-фильм</b>	<b>кино-фильм</b>	<b>слайды</b>	<b>аудио-пособие</b>	
1	2	3	4	5
		+		Курс лекций

## 9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

### 9.1 Специализированные лаборатории и классы

Таблица 9.1 – Специализированные лаборатории и классы

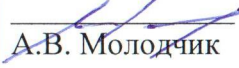
№ п.п.	Помещения			Площадь, м <sup>2</sup>	Количество посадочных мест
	Название	Принадлежность (кафедра)	Номер аудитории		
1	2	3	4	5	6
1.	Лекционная аудитория (мультимедийный класс)	ГУМФ	509 к. А	80	60

### 9.2 Основное учебное оборудование

Таблица 9.2 – Учебное оборудование

№ п.п.	Наименование и марка оборудования (стенда, макета, плаката)	Кол-во, ед.	Форма приобретения / владения (собственность, оперативное управление, аренда и т.п.)	Номер аудитории
1	2	3	4	5
1.	Плакаты по менеджменту и предпринимательству	1	Оперативное управление	509 к. А

## Лист регистрации изменений

№ п.п.	Содержание изменения	Дата, номер протокола заседания кафедры. Подпись заведующего кафедрой
1	2	3
1	содержание стр. 1, кроме абзацев 6-9, изложить в редакции, приведенной на стр. 1а.	Протокол заседания кафедры № <u>5</u> « <u>09</u> » <u>11</u> 2016 г. Зав.кафедрой Менеджмента и маркетинга д.экон.н., проф.  А.В. Молодчик
	содержание стр. 2 (абзацы 1-5) изложить в редакции, приведенной на стр. 2а.	
	В раздел 1.1 внесены изменения шифра и формулировок компетенций на основании перехода на ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление (уровень бакалавриата) в соответствии с приказом Министерства образования и науки РФ № 1567 «Об утверждении Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление (уровень бакалавриата)»: <ul style="list-style-type: none"> <li>- общекультурную компетенцию ОК-6 исключить;</li> <li>- профессиональную компетенцию ПК-9 считать профессиональной компетенцией ОПК-2 с формулировкой «способность находить организационно-управленческие решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения и готовность нести за них ответственность с позиции социальной значимости принимаемых решений».</li> </ul>	

	<p>наименование раздела 1.4 «Место учебной дисциплины в структуре профессиональной подготовки выпускников» изложить в следующей редакции: «Место учебной дисциплины в структуре образовательной программы».</p>	
	<p>наименование раздела 2 «Требования к результатам освоения учебной дисциплины» изложить в следующей редакции: «Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы».</p>	
	<p>В раздел 2 внесены изменения в соответствии с приказом Министерства образования и науки РФ № 1567 «Об утверждении Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление (уровень бакалавриата)»: - изменить шифр дисциплинарной части компетенции с ПК-9.Б.3.Б.17 на ОПК-2 Б.1.ДВ.12.1</p>	
	<p>раздел 3 «Структура учебной дисциплины по видам и формам учебной работы» дополнить новым абзацем следующего содержания: «Объем дисциплины в зачетных единицах составляет 3 ЗЕ. Количество часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся указано в таблице 3.1.».</p>	
	<p>в табл.3.1.: а) строку п.1 «Аудиторная работа» дополнить словами «(контактная работа)»; б) строку п.4 «Итоговая аттестация по дисциплине» изложить в следующей редакции: «Итоговый контроль (промежуточная аттестация обучающихся) по дисциплине:».</p>	
	<p>в табл.4.1.: а) в строке п.1 «Количество часов (очная форма обучения)» дополнить словами «и виды занятий»; б) в столбце 9 заменить слово «аттестация» на «контроль»; в) в строке 4 заменить слово «Итоговая» на «Промежуточная».</p>	
	<p>п. 4.5 «Виды самостоятельной работы студентов» считать п.5 с наименованием «Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины»</p>	

	<p>После п.5 дополнить словами: «При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.</li> <li>2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.</li> <li>3. Особое внимание следует уделить заполнению отчетов по практическим занятиям, лабораторным работам и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.</li> <li>4. Изучение дисциплины осуществляется в течение одного семестра, график изучения дисциплины приводится п.7.</li> <li>5. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.»</li> </ol>	
	табл.4.3 «Виды самостоятельной работы студентов» считать табл.5.1	
	<p>п.4.5.1 «Изучение теоретического материала» считать п.5.1.1; п.4.5.2 «Курсовой проект (курсовая работа)» считать п.5.1.2; п.4.5.3 «Индивидуальное комплексное задание» считать 5.1.3. п.5 «Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций» считать п.5.2;</p>	
	<p>наименование раздела 6 «Управление и контроль освоения компетенций» изложить в следующей редакции: «Фонд оценочных средств дисциплины».</p>	
	последний абзац п.6.3 дополнить словами «входят в состав РПД в виде приложения».	
	<p>наименование раздела 8 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» изложить в следующей редакции: «Перечень учебно-методического и информационного обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине».</p>	



	<p>заменить в тексте раздела 8.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- слова «Профессиональный цикл» на «Блок 1. Дисциплины (модули)»;</li> <li>- код направления «081100.62» на «38.03.04»</li> </ul>	
	<p>изменить название раздела «Список изданий» на «8.2. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины».</p>	
	<p>внести в таблицу пункт 2.5 с наименованием «Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины».</p>	
	<p>дополнить п.2.5 таблицы строками:</p> <p><b>Электронная библиотека</b> Научной библиотеки Пермского национального исследовательского политехнического университета [Электронный ресурс : полнотекстовая база данных электрон. документов изданных в Изд-ве ПНИПУ]. – Электрон. дан. (1 912 записей). – Пермь, 2014- . – Режим доступа: <a href="http://elib.pstu.ru/">http://elib.pstu.ru/</a>. – Загл. с экрана.</p> <p><b>Лань</b> [Электронный ресурс : электрон.-библ. система : полнотекстовая база данных электрон. документов по гуманит., естеств., и техн. наукам] / Изд-во «Лань». – Санкт-Петербург : Лань, 2010- . – Режим доступа: <a href="http://e-lib.lan.com/">http://e-lib.lan.com/</a>. – Загл. с экрана.</p> <p><b>Консультант Плюс</b> [Электронный ресурс : справочная правовая система : документы и комментарии : универсал. информ. ресурс]. – Версия Проф, сетевая. – Москва, 1992- . – Режим доступа: Компьютер. сеть Науч. б-ки Перм. нац. исслед. политехн. ун-та, свободный.</p>	
	<p>раздел 8.2 «Компьютерные обучающие и контролирующие программы» считать раздел 8.3 и наименование изложить в следующей редакции: «Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине».</p>	
	<p>после раздела 8.3 «Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине» включить подраздел 8.3.1 «Перечень программного обеспечения, в том числе компьютерные обучающие и контролирующие программы»</p>	

	наименование раздела 9 изложить в следующей редакции: «Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине».	