

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Задорожная Людмила Ивановна

Должность: Проректор по учебной работе

Дата подписания: 23.06.2024 19:08:37

Уникальный идентификатор:

faa404d1aeb2a023b5f4a331ee5ddc540496512d

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Майкопский государственный технологический университет»

Факультет экономики и управления

Кафедра конституционного строительства и государственного и муниципального управления

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

Л.И. Задорожная

« ____ » _____ 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине

Б1.В.07 Управление продвижением города и региона

по направлению подготовки

38.04.04 Государственное и муниципальное управление

по профилю подготовки (специализации)

Государственное и муниципальное управление

квалификация (степень) выпускника

магистр

форма обучения

Очная, Заочная, Очно-заочная

год начала подготовки

2024

Майкоп



Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО и учебного плана МГТУ по направлению подготовки (специальности) 38.04.04 Государственное и муниципальное управление

Составитель рабочей программы:

заведующая кафедрой, доц.,
канд. философских наук
(должность, ученое звание, степень)

Подписано простой ЭП
17.06.2024
(подпись)

Болокова Мариэтта
Аскарбиевна
(Ф.И.О.)

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры:

Конституционного строительства и государственного и муниципального управления
(название кафедры)

Заведующий кафедрой:
20.06.2024

Подписано простой ЭП
20.06.2024
(подпись)

Болокова Мариэтта
Аскарбиевна
(Ф.И.О.)

Согласовано:

Руководитель ОПОП
заведующий выпускающей
кафедрой
по направлению подготовки
(специальности)
20.06.2024

Подписано простой ЭП
20.06.2024
(подпись)

Болокова Мариэтта
Аскарбиевна
(Ф.И.О.)

Согласовано:

НБ МГТУ
(название подразделения)

18.06.2024

Подписано простой ЭП
18.06.2024
(подпись)

И. Б. Берберьян
(Ф.И.О.)



1. Цели и задачи учебной дисциплины (модуля)

Цель освоения курса «Управление продвижением города и региона» - сформировать у обучающихся представления о состоянии и тенденциях развития территорий для принятия рациональных решений, направленных на создание и поддержание притягательности и престижа территории в целом, а также привлекательности сосредоточенных на ней ресурсов производства и возможностей для их реализации и воспроизводства.

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- дать содержание ключевых понятий продвижения территорий: «территориальный маркетинг», «маркетинг имиджа», «маркетинг привлекательности», «маркетинг инфраструктуры», «маркетинг населения, персонала» и др., аргументы развития и функционирования территории, объекты маркетинга мест;

- сформировать представление об особенностях территориального маркетинга как определенном образе мышления и действия руководителей регионального и местного уровня;

- обучить навыкам разработки целевых программ маркетинга территорий, организации региональных маркетинговых служб, использование инструментария территориального маркетинга для эффективного функционирования территории;

дать представления о возможностях использования принципов маркетинга в некоммерческих сферах человеческой деятельности.



2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП по направлению подготовки (специальности)

Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана. Задача курса состоит в изучении методологии определения состояния и тенденций развития территорий для принятия рациональных решений, направленных на создание и поддержание притягательности и престижа территории в целом, а также привлекательности сосредоточенных на ней ресурсов производства и возможностей для их реализации и воспроизводства. Для освоения курса необходимы знания теории и практики в области современных коммуникативно-ориентированных наук, а также таких дисциплин, как «Экономика общественного сектора», «Региональное управление и территориальное планирование», «Управление общественными связями».



3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующей(их) компетенции(й):

УК-1.3	Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки
УК-3.4	Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды



4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы. Общая трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины и виды учебной работы по очной форме обучения.

		Формы контроля (количество)	Виды занятий				Итого часов	з.е.
		За	Лек	Пр	СРП	СР		
Курс 2	Сем. 3	1	17	34	0.25	56.75	108	3

Объем дисциплины и виды учебной работы по заочной форме обучения.

		Формы контроля (количество)	Виды занятий					Итого часов	з.е.
		За	Лек	Пр	КРАТ	Контроль	СР		
Курс 2	Сем. 3	1	6	8	0.25	3.75	90	108	3

Объем дисциплины и виды учебной работы по очно-заочной форме обучения.

		Формы контроля (количество)	Виды занятий				Итого часов	з.е.
		За	Лек	Пр	СРП	СР		
Курс 1	Сем. 2	1	17	17	0.25	73.75	108	3



5. Структура и содержание учебной и воспитательной деятельности при реализации дисциплины

5.1. Структура дисциплины для очной формы обучения.

Сем	Раздел дисциплины	Недел я семе стра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)								Формы текущего/проме жуточной контроля успеваемости текущего (по неделям семестра), промежуточной аттестации (по семестрам)
			Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАТ	Контро ль	СР	СЗ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
3	Основы территориального маркетинга	1-2	2		6				10		Обсуждение докладов
3	Маркетинг страны. Теоретические аспекты конкурентоспособности страны	3-5	3		7				10		Блиц-опрос
3	Маркетинг региона. Основные понятия, цели и задачи регионального маркетинга	6-9	4		7				14		Блиц-опрос
3	Маркетинг города. Специфика городского маркетинга	10-13	4		7				12		Обсуждение докладов
3	Организация маркетинга территории	14-17	4		7				10.75		Тестирование
3	Промежуточная аттестация	17				0.25					Зачет
	ИТОГО:		17		34	0.25			56.75		

5.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения.

Сем	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)							
		Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАТ	Контро ль	СР	СЗ
1	2	4	5	6	7	8	9	10	11
3	Основы территориального маркетинга	1		1				19	
3	Маркетинг страны. Теоретические аспекты конкурентоспособности страны	1		2				19	
3	Маркетинг региона. Основные понятия, цели и задачи регионального маркетинга.	1		2				20	
3	Маркетинг города. Специфика городского маркетинга.	1		2				19	
3	Организация маркетинга территории			1				0	
3	Промежуточная аттестация					0.25	3.75	15	
	ИТОГО:	6		8		0.25	3.75	90	

5.3. Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения.

Сем	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)							
		Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАТ	Контроль	СР	СЗ
1	2	4	5	6	7	8	9	10	11
2	Основы территориального маркетинга	2		2				12	
2	Маркетинг страны. Теоретические аспекты конкурентоспособности страны	3		3				16	
2	Маркетинг региона. Основные понятия, цели и задачи регионального маркетинга	4		4				16	
2	Маркетинг города. Специфика городского маркетинга	4		4				16	
2	Организация маркетинга территории	4		4				13.75	
2	Промежуточная аттестация				0.25				
	ИТОГО:	17		17	0.25			73.75	

5.4. Содержание разделов дисциплины (модуля) «Управление продвижением города и региона», образовательные технологии

Лекционный курс

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
3	Основы территориального маркетинга	2	1	2	Понятие и сущность территориального маркетинга. Субъекты маркетинга территорий, их цели и интересы. Инструменты продвижения территории. Индикаторы, индексы, рейтинги. SWOT-анализ. Анализ внешней среды территории. Исследование целевых рынков. Стратегии маркетинга территорий.	УК-1.3;	Знать: - логические формы и процедуры, способствующие рефлексии по поводу собственной и мыслительной деятельности. Уметь: - аргументированно формировать собственное суждение и оценку информации. Владеть: - навыками определения практических последствий изложенного решения задачи.	, Слайд-лекция
3	Маркетинг страны. Теоретические аспекты конкурентоспособности страны	3	1	3	Маркетинг страны и его особенности. Теоретические аспекты конкурентоспособности страны. Система детерминант конкурентного преимущества страны (М. Портер). Функции государства по развитию конкурентоспособности страны. Конкурентоспособность страны: технологии измерения и оценки. Выбор брэнда в процессе формирования имиджа страны.	УК-1.3;	Знать: - логические формы и процедуры, способствующие рефлексии по поводу собственной и мыслительной деятельности. Уметь: - аргументированно формировать собственное суждение и оценку информации. Владеть: - навыками определения практических последствий изложенного решения задачи.	, Лекция-беседа
3	Маркетинг региона. Основные понятия, цели и задачи регионального маркетинга	4	1	4	Основные понятия, цели и задачи регионального маркетинга. Целевые рынки покупателей услуг территории. Характеристика четырех крупных целевых рынков покупателей.	УК-1.3;	Знать: - логические формы и процедуры, способствующие рефлексии по поводу собственной и мыслительной деятельности. Уметь: - аргументированно	, Лекции-визуализации

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					Позиционирование регионов. Оценка конкурентоспособности региона. Теоретическая модель конкурентоспособности региона. Элементы конкурентоспособности региона.		формировать собственное суждение и оценку информации. Владеть: - навыками определения практических последствий изложенного решения задачи.	
3	Маркетинг города. Специфика городского маркетинга	4	1	4	Специфика городского маркетинга. Информация о состоянии городов. Индикаторы состояния городов. Рейтинги городов. Стоимость жизни в городах. Аргументы функционирования и развития городов. Маркетинговые стратегии развития городов. Сущность стратегии городского развития. Этапы разработки стратегического плана. Маркетинговые коммуникации на уровне города. Городская символика. Управление имиджем города. Интернет-маркетинг города. Регулирование рекламной активности в городе. Выставочная деятельность городов.	УК-1.3;	Знать: - логические формы и процедуры, способствующие рефлексии по поводу собственной и мыслительной деятельности. Уметь: - аргументированно формировать собственное суждение и оценку информации. Владеть: - навыками определения практических последствий изложенного решения задачи.	, Слайд-лекция
3	Организация маркетинга территории	4		4	Традиционные и современные организационные структуры. Разновидности организационных структур службы маркетинга. Выбор организационной формы и определение роли службы маркетинга. Место службы маркетинга в организационных структурах территориальных органов	УК-3.4;	Знать: - методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи). Уметь: - формулировать задачи для достижения поставленной перед командой цели. Владеть: - умением анализировать, проектировать и организовывать	, Слайд-лекция

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					управления. Функции службы маркетинга.		межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели.	
							Знать: Уметь: Владеть:	
	ИТОГО:	17	6	17				

5.5. Практические занятия, их наименование, содержание и объем в часах

Сем	№ раздела дисциплины	Наименование практических занятий	Объем в часах		
			ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6
2	Основы территориального маркетинга	Социально-экономическая сущность некоммерческого маркетинга. Понятие и сущность территориального маркетинга.	6	1	2
2	Маркетинг страны. Теоретические аспекты конкурентоспособности страны	Маркетинг страны и его особенности.	7	2	3
2	Маркетинг региона. Основные понятия, цели и задачи регионального маркетинга	Оценка конкурентоспособности региона. Теоретическая модель конкурентоспособности региона. Элементы конкурентоспособности региона.	7	2	4
2	Маркетинг города. Специфика городского маркетинга	Сущность городского маркетинга. Индикаторы состояния городов. Рейтинги городов.	7	2	4
2	Организация маркетинга территории	Традиционные и современные организационные структуры.	7	1	4
	ИТОГО:		34	8	17

Симуляционные занятия, их наименование, содержание и объем в часах

Учебным планом не предусмотрено

5.6. Лабораторные занятия, их наименование и объем в часах

Учебным планом не предусмотрено

5.7. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Учебным планом не предусмотрено

5.8. Самостоятельная работа студентов

Содержание и объем самостоятельной работы студентов

Сем	Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения	Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения	Сроки выполнения	Объем в часах		
				ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6	7
3	Основы территориального маркетинга	Написание реферата	2 неделя	10	19	14
3	Маркетинг страны. Теоретические аспекты конкурентоспособности страны	Составление плана-конспекта	5 неделя	10	19	15
3	Маркетинг региона. Основные понятия, цели и задачи регионального маркетинга	Написание реферата	8 неделя	14	20	15
3	Маркетинг города. Специфика городского маркетинга	Составление плана-конспекта	13 неделя	12	19	15
3	Организация маркетинга территории	Составление плана-конспекта	16 неделя	11	15	15
	ИТОГО:			57	90	74

5.9. Календарный график воспитательной работы по дисциплине

Учебным планом не предусмотрено

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).

6.1. Методические указания (собственные разработки)

Название	Ссылка
Карамушко, Г.В. (Майкопский государственный технологический университет). Стратегическое управление социально-экономическим развитием регионов : [учебное пособие] / Г.В. Карамушко, С.Н. Кохужева ; Минобрнауки России, ФГБОУ ВПО Майкоп. гос. технол. ун-т, Фак. упр., Каф. менеджмента и регион. экономики. - Майкоп : Магарин О.Г., 2013. - 131 с.	http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=2100002267

6.2. Литература для самостоятельной работ

Название	Ссылка
Чумиков, А. Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 343 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_592bf62f2c4f86.51817652. - ISBN 978-5-16-013075-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/1904453	https://znanium.ru/catalog/document?id=420062
Романов, А. А. Маркетинг : учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. - 2-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 438 с. - ISBN 978-5-394-03542-5. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1093246	https://znanium.com/catalog/document?id=358475
Соловьев, Б. А. Маркетинг : учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 337 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-019076-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2084408	https://znanium.ru/catalog/document?id=432228
Бек, М. А. Маркетинг B2B [Электронный ресурс]: учебное пособие / М.А. Бек ; под ред. Н.Н. Бек. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2023. - 392 с. - ЭБС «Znanium.com»	https://znanium.ru/catalog/document?pid=1896093

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:



- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.



7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласно учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
УК-1.3 Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки			
1	1	1	Экономика общественного сектора
3	3	2	Управление продвижением города и региона
3	4	4	Организационные схемы и механизмы межмуниципального сотрудничества
3	4	4	Антикризисное управление
4	5	5	Преддипломная практика
4	2	2	Профессиональная практика по профилю деятельности
4	5	5	Аналитическая практика
4	4	4	Научно-исследовательская работа
4	5	5	Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы
3	3	5	Структурно-функциональный анализ экономических систем
УК-3.4 Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды			
3	3	2	Управление продвижением города и региона
3	3	4	Государственные и муниципальные услуги
2	1	2	Ознакомительная практика
4	5	5	Преддипломная практика
4	5	5	Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде					
УК-3.4 Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды					
Знать: - методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи).	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тесты, рефераты, зачет
Уметь: - формулировать задачи для достижения	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворит ельно	удовлетворител ьно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
поставленной перед командой цели.					
Владеть: - умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели.	Частичное владение навыками	Несистематическо е применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-1: Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий					
УК-1.3 Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки					
Знать: - логические формы и процедуры, способствующие рефлексии по поводу собственной и мыслительной деятельности.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тесты, рефераты, зачет
Уметь: - аргументированн о формировать собственное суждение и оценку информации.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - навыками определения практических последствий изложенного решения задачи.	Частичное владение навыками	Несистематическо е применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

7.3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Темы рефератов

1. Территориальный маркетинг как инструмент социально-экономического развития региона.
2. Территориальный маркетинг в системе местного самоуправления муниципальных образований.
3. Маркетинг привлекательности территории.
4. Практика применения маркетинга привлекательности в разных странах.
5. Креатив в брендинге территорий.
6. Стратегии маркетинга территорий.
7. Роль кадров в маркетинге территорий.



8. Имиджевые символы страны (люди, растения, животные).
9. Современный имидж России по представлению россиян и иностранцев.
10. Формирование позитивного имиджа страны на примере России и зарубежных стран.
11. Конкурентоспособность страны.
12. Место регионального маркетинга в системе рыночных отношений.
13. Маркетинг и бренды региона.
14. Структура регионального маркетинга.
15. Экономическая целесообразность использования Интернет-маркетинга, как фактора повышения инвестиционной привлекательности территории.
16. Виды муниципального маркетинга.
17. Организация управления муниципальным маркетингом.
18. Планирование, управление и контроль маркетинговой деятельности.
19. Организация регионального и городского маркетинга.
20. Межрегиональное взаимодействие.

Тесты для проведения текущего контроля

Вариант 1

1. Каковы ограничения сетевой организационной структуры в работе по маркетингу территорий?

- а) трудно уравновесить амбиции участников;
- б) трудно наладить коммуникации, обмен информацией;
- в) невозможно работать одновременно по многим направлениям;
- г) трудно реализовать потенциал участников;
- д) трудно использовать достоинства участников.

2. Межрегиональные маркетинговые центры появились:

- а) по инициативе Правительства Москвы в 1994 г.;
- б) по инициативе Правительства Москвы в 1997 г.;
- в) пока только на уровне проекта;
- г) по результатам соглашения на Нижегородской ярмарке в 1995 г.;
- д) как результат соглашения субъектов Федерации Волго-Вятского региона в 1992 г.

3. Аппарат организации, учреждения — это структура или система?

- а) это, безусловно, система;



б) это, как правило, структура;

в) должен быть структурой, если политику организации определяют другие руководящие лица;

г) неизбежно превращается из структуры в систему;

д) это и структура, и система.

4. Какая наиболее существенная информация реально распространяется по системе межрегиональных маркетинговых центров?

а) перечни продукции, предлагаемой местными производителями и оптовиками для реализации, а также продукции, в которой в данном регионе существует потребность;

б) информация об адресах и другие координаты региональных производителей и посредников;

в) реклама товаров и услуг региональных производителей и посредников;

г) показатели привлекательности регионов и их относительной рыночной доли по конкретным товарам и услугам;

д) потребности потребителей.

5. Чем определяется деловая привлекательность региона?

а) эффективностью вывоза региональных ресурсов и использования ввозимых ресурсов внутри территории;

б) соотношением уровней реального и нормативного потребления;

в) развитостью конкуренции в регионе;

г) уровнем валового регионального продукта на душу населения и его динамикой;

д) инвестиционными вложениями.

6. Какие аргументы использует маркетинг для характеристики развития территории?

а) состояние и эксплуатация жилого фонда, дорог, благоустройства, коммунальных услуг;

б) выставочная, ярмарочная активность;

в) состояние и динамика благосостояния, производства, инфраструктуры, инвестиций;

г) динамика внутренних и внешних инвестиций;

д) уровень образования населения территорий.

Вариант 2

1. Что позволяет делать маркетинг территории?

а) развивать рыночные отношения между субъектами внутри территории;

б) воздействовать на отношения по поводу территории, имеющихся у нее ресурсов и возможностей воспроизводства ресурсов на территории;



в) определять пределы территории, в которых она может быть привлекательна для ее посетителей и других заинтересованных лиц;

г) устанавливать рейтинги привлекательности территории для значимых субъектов рынка;

д) выявлять финансово-устойчивые территории.

2. Относительная рыночная доля данного региона определяется как:

а) степень значимости товаров из данного региона в интересующем регион сообществе;

б) доля (процент) продаж товара из данного региона в совокупном объеме рынка интересующего сообщества по конкретному товару или товарной группе;

в) отношение темпов роста регионального валового продукта к темпам его роста в целом в интересующем регион сообществе;

г) отношение рыночной доли данного региона к доле ведущего конкурента в данном сегменте рынка по конкретному товару или товарной группе;

д) отношение рыночной доли ведущих предприятий региона к емкости рынка по конкретному виду продукции и услуг.

3. Какой показатель чаще всего используется для измерения деловой привлекательности региона?

а) положение региона относительно других регионов, интересующих данного субъекта, по уровню качества жизни;

б) отношение темпов роста регионального валового продукта к средним темпам его роста в целом в интересующем данного субъекта сообществе;

в) отношение темпов роста душевого валового продукта в данном регионе к средним темпам его роста в целом в интересующем данного субъекта сообществе;

г) отношение рыночной доли данного региона к доле ведущего конкурента в данном сегменте рынка по конкретному товару или товарной группе;

д) удовлетворение приоритетных потребностей населения региона.

4. С использованием каких инструментов маркетинговых коммуникаций может осуществляться продвижение территории?

а) реклама;

б) персональные продажи;

в) мероприятия, стимулирующие спрос;

г) работа с общественностью;

д) прямой маркетинг;

е) все ответы верны.

5. Примером внутренних конкурентных преимуществ являются:

а) низкая арендная плата за помещения;



б) наличие на территории уникальных видов природного сырья;

в) низкая ставка налогов и сборов;

г) экологическая чистота;

д) особое место расположения территории.

6. Чем специфична маркетинговая стратегия развития инфраструктуры территории?

а) она ориентирована на развитие бизнес-процессов и повышение степени цивилизованности рыночных отношений на территории;

б) она практически совпадает со стратегией повышения; притягательности территории, но более четко структурирована изнутри;

в) она сосредоточена на правовом, научно-консультационном и кадрово-организационном обеспечении бизнеса территории;

г) она сосредоточивается на пропаганде выгод инвестиций на территории.

Примерный перечень вопросов к зачету

1. Сущность, цели и задачи территориального маркетинга
2. Субъекты маркетинга территорий, их интересы и цели
3. Инструменты маркетинга территорий
4. Позиционирование территории. Элементы комплекса маркетинга территории
5. Стратегические направления и мероприятия территориального маркетинга
6. Социально-экономическая сущность некоммерческого маркетинга
7. Маркетинг страны и его особенности
8. Теоретические аспекты конкурентоспособности страны
9. Конкурентоспособность страны: технологии измерения и оценки
10. Особенности спроса и поведения потребителей в разных странах
11. Идентификация и выбор товаров на уровне страны
12. Выбор брэнда в процессе формирования имиджа страны
13. Маркетинг региона – понятие, сущность
14. Роль рекламы и других коммуникаций в маркетинге региона
15. Оценка конкурентоспособности региона
16. Маркетинг города. Роль городов в системе территориальных образований
17. Специфика городского маркетинга
18. Виды маркетинга городов
19. Информация и индикаторы состояния городов



20. Аргументы развития городов
21. Аргументы функционирования городов
22. Маркетинговые стратегии городов и планирование городского развития
23. Город и маркетинговые коммуникации
24. Управление развитием муниципального потребительского рынка в России
25. Традиционные и современные организационные структуры службы маркетинга
26. Современные тенденции и инструменты построения структур службы маркетинга
27. Выбор организационной формы и определение роли службы маркетинга
28. Организация регионального и городского маркетинга
29. Межрегиональное взаимодействие. Система межрегиональных маркетинговых центров
30. Экономическая целесообразность использования Интернет-маркетинга

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к контрольной работе

Контрольная работа представляет собой один из видов самостоятельной работы обучающихся. По сути – это изложение ответов на определенные теоретические вопросы по учебной дисциплине, а также решение практических задач. Контрольные проводятся для того, чтобы развить у обучающихся способности к анализу научной и учебной литературы, умение обобщать, систематизировать и оценивать практический и научный материал, укреплять навыки овладения понятиями определенной науки и т. д.

При оценке контрольной преподаватель руководствуется следующими критериями:

- работа была выполнена автором самостоятельно;
- обучающийся подобрал достаточный список литературы, который необходим для осмысления темы контрольной;
- автор сумел составить логически обоснованный план, который соответствует поставленным задачам и сформулированной цели;
- обучающийся проанализировал материал;
- контрольная работа отвечает всем требованиям четкости изложения и аргументированности, объективности и логичности, грамотности и корректности;
- обучающийся сумел обосновать свою точку зрения;
- контрольная работа оформлена в соответствии с требованиями;
- автор защитил контрольную и успешно ответил на все вопросы преподавателя.

Контрольная работа, выполненная небрежно, не по своему варианту, без соблюдения



правил, предъявляемых к ее оформлению, возвращается без проверки с указанием причин, которые доводятся до обучающегося. В этом случае контрольная работа выполняется повторно.

Вариант контрольной работы выдается в соответствии с последней цифрой зачетки (студенческого билета) обучающегося.

Критерии оценки знаний при написании контрольной работы

Контрольная работа оценивается по двухбалльной шкале:

- зачтено – работа выполнена;
- не зачтено – работа не выполнена.

Требования к написанию реферата

Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Реферат должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основная часть, заключение, список использованных источников. В зависимости от тематики реферата к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т.д. Объем реферата – 15-20 страниц печатного текста, включая титульный лист, введение, заключение и список литературы.

Его задачами являются:

1. Формирование умений самостоятельной работы с источниками литературы, их систематизация;
2. Развитие навыков логического мышления;
3. Углубление теоретических знаний по проблеме исследования.

При оценке реферата используются следующие критерии:

- новизна текста;
- обоснованность выбора источника;
- степень раскрытия сущности вопроса;
- соблюдения требований к оформлению.

Критерии оценивания реферата:

Отметка «отлично» выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Отметка «хорошо» - основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объём реферата, имеются упущения в оформлении, не допускает существенных неточностей в ответе на дополнительный вопрос.



Отметка «удовлетворительно» - имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично, допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы, во время защиты отсутствует вывод.

Отметка «неудовлетворительно» - тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Тематика рефератов выдается преподавателем в конце семинарского занятия.

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, которые позволяют измерить психофизиологические и личностные характеристики, а также знания, умения и навыки испытуемого.

Основные принципы тестирования, следующие:

- связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

- объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

- справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

- систематичность - систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

- закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

- открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить



соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

– установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

– установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50 %;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Критерии оценки знаний на экзамене

Экзамен по дисциплине служит для оценки работы обучающегося в течение семестра (семестров) и призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении профессиональных задач. Экзамен может проводиться в форме устного опроса по билетам (вопросам) или без билетов, с предварительной подготовкой или без подготовки, по усмотрению преподавателя. Экзаменатор вправе задавать вопросы сверх билета, а также, помимо теоретических вопросов, давать задачи по программе данного курса.

Экзаменационные билеты (вопросы) утверждаются на заседании кафедры и подписываются заведующим кафедрой. В билете должно содержаться не более трех вопросов.

Экзаменатор может проставить экзамен без опроса или собеседования тем бакалаврам, которые активно участвовали в семинарских занятиях.

Отметка «отлично» - обучающийся глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает теорию с практикой. Обучающийся не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, заданиями и другими видами применения знаний, показывает знания законодательного и нормативно-технического материалов, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ, обнаруживает умение самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.

Отметка «хорошо» - обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми навыками при выполнении практических заданий.

Отметка «удовлетворительно» - обучающийся усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает



затруднения в выполнении практических заданий.

Отметка «неудовлетворительно» - обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические работы.



8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

8.1. Основная литература

Название	Ссылка
Буров, М. П. Региональная экономика и управление территориальным развитием : учебник для магистров / М. П. Буров. — 2-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 446 с. - ISBN 978-5-394-03303-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1091145	https://znanium.ru/catalog/document?id=358131
Романов, А. А. Маркетинг : учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. - 4-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. - 438 с. - ISBN 978-5-394-04863-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2083016	https://znanium.ru/catalog/document?id=431632
Соловьев, Б. А. Маркетинг : учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 337 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-019076-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2084408	https://znanium.ru/catalog/document?id=432228
Чумиков, А. Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 343 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_592bf62f2c4f86.51817652. - ISBN 978-5-16-013075-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/1904453	https://znanium.ru/catalog/document?id=420062

8.2. Дополнительная литература

Название	Ссылка
Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации : учебное пособие / Б.Р. Мандель. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 238 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-019658-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2131859	https://znanium.ru/catalog/document?id=439471
Инвестиционное проектирование [Электронный ресурс]: учебник / Р.С. Голов [и др.]. - Москва: Дашков и К, 2018. - 368 с. - ЭБС «Znanium.com»	https://znanium.ru/catalog/document?id=114956
Чумиков, А. Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 343 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_592bf62f2c4f86.51817652. - ISBN 978-5-16-013075-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/1904453	https://znanium.ru/catalog/document?id=420062
Бек, М. А. Маркетинг B2B [Электронный ресурс]: учебное пособие / М.А. Бек ; под ред. Н.Н. Бек. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2023. - 392 с. - ЭБС «Znanium.com»	https://znanium.ru/catalog/document?pid=1896093

8.3. Информационно-телекоммуникационные ресурсы сети «Интернет»

Znanium.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО "Научно-издательский центр Инфра-М". – Москва, 2011 – – URL: <http://znanium.com/catalog> (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст:



электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. <http://znanium.com/catalog/IPRBooks>. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / Общество с ограниченной ответственностью Компания "Ай Пи Ар Медиа". – Саратов, 2010 - . - URL: <http://www.iprbookshop.ru/586.html> - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст электронный. Является распространенным образовательным электронным ресурсом для высших и средних специальных учебных заведений, научно-исследовательских институтов, публичных библиотек, приобретающих корпоративный доступ для своих обучающихся, преподавателей и т.д. ЭБС включает учебную и научную литературу по направлениям подготовки высшего и среднего профессионального образования. <http://www.iprbookshop.ru/586.html> Электронная библиотека: библиотека диссертаций : сайт / Российская государственная библиотека. – Москва : РГБ, 2003. – URL: <http://diss.rsl.ru/?lang=ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. В соответствии с приказом генерального директора РГБ № 55 от 02.03.2012 г. пользователям Виртуальных читальных залов разрешен ЗАКАЗ на печать полных текстов диссертаций из ЭБД РГБ. При первом обращении к ресурсам ЭБД РГБ необходимо пройти регистрацию в виртуальном читальном зале РГБ. РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. - Москва : РНБ, 1998. - URL: <http://nlr.ru/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. "... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации – служит российской культуре и науке, хранит национальную память, способствует просвещению населяющих Россию народов и распространению идей гуманизма. ... В фондах Библиотеки хранится более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей. ... Сохраняя культурную и историческую преемственность, верность библиотечным традициям, заложенным еще в Императорской Публичной библиотеке, РНБ сегодня — современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени." (цитата с сайта РНБ: http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rnb-today) <http://diss.rsl.ru/eLIBRARY.RU> : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000. - . - URL: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. Платформа eLIBRARY.RU была создана в 1999 году по инициативе Российского фонда фундаментальных исследований для обеспечения российским ученым электронного доступа к ведущим иностранным научным изданиям. С 2005 года eLIBRARY.RU начала работу с русскоязычными публикациями и ныне является ведущей электронной библиотекой научной периодики на русском языке в мире. <https://elibrary.ru/defaultx.asp> CYBERLENINKA : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2014. - . - URL: <https://cyberleninka.ru/> - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. КиберЛенинка - это научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии, повышение цитируемости российской науки и построение инфраструктуры знаний. <https://cyberleninka.ru/> Периодические издания доступные обучающимся и сотрудникам ФГБОУ ВО МГТУ по подписке и на основании контрактов и лицензионных соглашений. </index.php/resursy/37-periodicheskie-izdaniya> Официальная Россия : сервер органов государственной власти Российской Федерации : официальный сайт. – Москва. – URL: <http://www.gov.ru/>. - Текст: электронный. <http://www.gov.ru/> Правительство Российской Федерации : официальный сайт. – Москва. – Обновляется в течении суток. – URL: <http://government.ru/> (дата обращения). – Текст: электронный. <http://government.ru/>



9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Раздел / Тема с указанием основных учебных элементов	Методы обучения	Способы (формы) обучения	Средства обучения	Формируемые компетенции и трудовые функции
Тема 1. Основы территориального маркетинга	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний).	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, чертежи, учебники, учебные пособия	УК-3.4
Семинар 1. Основы территориального маркетинга	Словесные (устный опрос)	Проверка уровня готовности студента	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, чертежи, учебники, учебные пособия	УК-3.4
Тема 2. Маркетинг страны. Теоретические аспекты конкурентоспособности страны	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний).	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, чертежи, учебники, учебные пособия	УК-1.3
Семинар 2. Маркетинг страны. Теоретические аспекты конкурентоспособности	Словесные (устный опрос)	Проверка уровня готовности студента	Устная речь, письмо, схемы,	УК-1.3

страны			рисунки, чертежи, учебники, учебные пособия	
Тема 3. Маркетинг региона. Основные понятия, цели и задачи регионального маркетинга.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний).	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, чертежи, учебники, учебные пособия	УК-3.4
Семинар 3. Маркетинг региона. Основные понятия, цели и задачи регионального маркетинга.	Словесные (устный опрос)	Проверка уровня готовности студента	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, чертежи, учебники, учебные пособия	УК-3.4
Тема 4. Маркетинг города. Специфика городского маркетинга.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний).	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, чертежи, учебники, учебные пособия	УК-3.4
Семинар 4. Маркетинг города. Специфика городского маркетинга.	Словесные (устный опрос)	Проверка уровня готовности студента	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, чертежи, учебники, учебные пособия	УК-3.4

Тема 5. Организация маркетинга территории	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний).	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, чертежи, учебники, учебные пособия	УК-1.3
Семинар 5. Организация маркетинга территории	Словесные (устный опрос)	Проверка уровня готовности студента	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, чертежи, учебники, учебные пособия	УК-1.3

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

10.1. Перечень необходимого программного обеспечения

Название
7-Zip Свободная лицензия
Adobe Reader DC Свободная лицензия
Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095
Антивирус kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 № 203-20122401
Операционная система Windows Договор от 26.05.2020 № 32009117096 Договор от 17.01.2019 № 31908696765
Офисный пакет Microsoft office 2016 Договор от 26.05.2020 № 32009117096 Договор от 17.01.2019 № 31908696765

10.2. Перечень необходимых информационных справочных систем:

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам:

Название
Znanium.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО 'Научно-издательский центр Инфра-М'. - Москва, 2011 - - URL: http://znanium.com/catalog (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. http://znanium.com/catalog/
IPRBooks. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / Общество с ограниченной ответственностью Компания 'Ай Пи Ар Медиа'. - Саратов, 2010 - . - URL: http://www.iprbookshop.ru/586.html - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст электронный. Является распространенным образовательным электронным ресурсом для высших и средних специальных учебных заведений, научно-исследовательских институтов, публичных библиотек, приобретающих корпоративный доступ для своих обучающихся, преподавателей и т.д. ЭБС включает учебную и научную литературу по направлениям подготовки высшего и среднего профессионального образования. http://www.iprbookshop.ru/586.html
Электронная библиотека: библиотека диссертаций : сайт / Российская государственная библиотека. - Москва : РГБ, 2003. - URL: http://diss.rsl.ru/?lang=ru . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. В соответствии с приказом генерального директора РГБ № 55 от 02.03.2012 г. пользователям Виртуальных читальных залов разрешен ЗАКАЗ на печать полных текстов диссертаций из ЭБД РГБ. При первом обращении к ресурсам ЭБД РГБ необходимо пройти регистрацию в виртуальном читальном зале РГБ. РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. - Москва : РНБ, 1998. - URL: http://nlr.ru/ . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. '... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации - служит российской культуре и науке, хранит национальную память, способствует просвещению населяющих Россию народов и распространению идей гуманизма. ... В фондах Библиотеки хранится более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей. ... Сохраняя культурную и историческую преемственность, верность библиотечным традициям, заложены еще в Императорской Публичной библиотеке, РНБ сегодня — современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени.' (цитата с сайта РНБ: http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rnb-today) http://diss.rsl.ru/
eLIBRARY.RU. : научная электронная библиотека : сайт. - Москва, 2000. - . - URL: https://elibrary.ru/defaultx.asp . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. Платформа eLIBRARY.RU была создана в 1999 году по инициативе Российского фонда фундаментальных исследований для обеспечения российским ученым электронного доступа к ведущим иностранным научным изданиям. С 2005 года eLIBRARY.RU начала работу с русскоязычными публикациями и ныне является ведущей электронной библиотекой научной периодики на русском языке в мире. https://elibrary.ru/defaultx.asp
CYBERLENINKA : научная электронная библиотека : сайт. - Москва, 2014. - . - URL: https://cyberleninka.ru/ - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. КиберЛенинка - это научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии, повышение цитируемости российской науки и построение инфраструктуры знаний. https://cyberleninka.ru/
Периодические издания доступные обучающимся и сотрудникам ФГБОУ ВО МГТУ по подписке и на основании контрактов и лицензионных соглашений. /index.php/resursy/37-periodicheskie-izdaniya
Правительство Российской Федерации : официальный сайт. - Москва. - Обновляется в течении суток. - URL: http://government.ru/ (дата обращения). - Текст: электронный. http://government.ru/
Официальная Россия : сервер органов государственной власти Российской Федерации : официальный сайт. - Москва. - URL: http://www.gov.ru/ . - Текст: электронный. http://www.gov.ru/



Для обучающихся обеспечен доступ (удаленный доступ) к следующим современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам:

Название
Znanium.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО 'Научно-издательский центр Инфра-М'. – Москва, 2011 - - URL: http://znanium.com/catalog (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. http://znanium.com/catalog/
IPRBooks. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / Общество с ограниченной ответственностью Компания 'Ай Пи Ар Медиа'. – Саратов, 2010 - . - URL: http://www.iprbookshop.ru/586.html - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст электронный. Является распространенным образовательным электронным ресурсом для высших и средних специальных учебных заведений, научно-исследовательских институтов, публичных библиотек, приобретающих корпоративный доступ для своих обучающихся, преподавателей и т.д. ЭБС включает учебную и научную литературу по направлениям подготовки высшего и среднего профессионального образования. http://www.iprbookshop.ru/586.html
eLIBRARY.RU. : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000. - . - URL: https://elibrary.ru/defaultx.asp . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. Платформа eLIBRARY.RU была создана в 1999 году по инициативе Российского фонда фундаментальных исследований для обеспечения российским ученым электронного доступа к ведущим иностранным научным изданиям. С 2005 года eLIBRARY.RU начала работу с русскоязычными публикациями и ныне является ведущей электронной библиотекой научной периодики на русском языке в мире. https://elibrary.ru/defaultx.asp
Периодические издания доступные обучающимся и сотрудникам ФГБОУ ВО МГТУ по подписке и на основании контрактов и лицензионных соглашений. /index.php/resursy/37-periodicheskie-izdaniya
Правительство Российской Федерации : официальный сайт. – Москва. – Обновляется в течении суток. – URL: http://government.ru/ (дата обращения). – Текст: электронный. http://government.ru/
Официальная Россия : сервер органов государственной власти Российской Федерации : официальный сайт. – Москваю. – URL: http://www.gov.ru/ . - Текст: электронный. http://www.gov.ru/



11. Описание материально-технической базы необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Наименования специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа (5-5-16): 385000, Республика Адыгея, г.Майкоп, ул. Жуковского/ул.Пролетарская, дом №30/дом №234 (385000, Республика Адыгея, г.Майкоп, ул. Жуковского, дом №30/ул.Пролетарская, дом №234, стр. 1) Учебный корпус № 5	Учебная мебель на 54 посадочных места, доска, мультимедийное оборудование (проектор, экран)	7-Zip Свободная лицензия Adobe Reader DC Свободная лицензия Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095 Антивирус kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 № 203-20122401Операционная система Windows Договор от 26.05.2020 № 32009117096 Договор от 17.01.2019 № 31908696765 Офисный пакет Microsoft office 2016 Договор от 26.05.2020 №32009117096 Договор от 17.01.2019№ 31908696765
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типов (5-5-19): 385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Жуковского/ул. Пролетарская, дом №30/дом №234 (385000, Республика Адыгея, г.Майкоп, ул. Жуковского, дом №30/ул.Пролетарская, дом №234, стр. 1),Учебный корпус № 5	Учебная мебель на 30 посадочных мест, доска, мультимедийное оборудование (проектор, экран)	7-Zip Свободная лицензия Adobe Reader DC Свободная лицензия Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095 Антивирус kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 № 203-20122401Операционная система Windows Договор от 26.05.2020 № 32009117096 Договор от 17.01.2019 № 31908696765 Офисный пакет Microsoft office 2016 Договор от 26.05.2020 №32009117096 Договор от 17.01.2019№ 31908696765
Помещение для самостоятельной работы обучающихся, оснащенное компьютерной техникой и подключением к сети «Интернет» и доступом в ЭИОС (читальный зал ФГБОУ ВО «МГТУ»): 385000,Республика Адыгея, г.Майкоп, ул.Первомайская, дом № 191	Компьютерное оснащение с выходом в Интернет на 30 посадочных мест,оснащенные специализированной мебелью (стулья, столы, шкафы, шкафы выставочные), мультимедийное оборудование, оргтехника (принтеры, сканеры, ксерокс).	7-Zip Свободная лицензия Adobe Reader DC Свободная лицензия Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095 Антивирус kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 № 203-20122401Операционная система Windows Договор от 26.05.2020 № 32009117096 Договор от 17.01.2019 № 31908696765 Офисный пакет Microsoft office 2016 Договор от 26.05.2020 №32009117096 Договор от 17.01.2019№ 31908696765

