

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего
образования

РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ
НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА и
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
при Президенте
Российской Федерации
Институт общественных наук

Образовательная автономная
некоммерческая организация высшего
образования

«МОСКОВСКАЯ ВЫСШАЯ ШКОЛА
СОЦИАЛЬНЫХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ
НАУК»

Факультет
Управления социокультурными проектами

Утверждена кафедрой Культурологии и
социальных коммуникаций ИОН

Протокол от «5» июня 2018 г. № 10

Утверждена кафедрой Управления
социокультурными проектами МВШСЭН

Протокол от «4» мая 2018 г. № 3

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.05.02 Маркетинг городов

(индекс и наименование дисциплины)

38.03.02 Менеджмент

(код и наименование направления подготовки)

Менеджмент креативных проектов

направленность (профиль)

бакалавр

(квалификация)

очная

(форма обучения)

Год набора - 2019

Москва, 2018 г.

Авторы–составители:

Кандидат архитектуры, Руководитель отдела Генерального
планирования ООО «Городское архитектурно-консультационное
бюро ПИАР»

(ученое звание, ученая степень, должность)

Аксельрод
Ксения Игоревна

(Ф.И.О.)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рассмотрена и утверждена кафедрой
Культурологии и социальных коммуникаций ИОН

Протокол № 10 от 05.06.2018

Рабочая программа дисциплины (модуля) рассмотрена и утверждена на заседании кафедры
менеджмента и культурной политики

Протокол №3 от 20.03.2020

Заведующий кафедрой

Культурологии и
социальных коммуникаций
ИОН РАНХиГС

PhD

Неклюдова Мария Сергеевна

(наименование факультета/ кафедры)

(ученая степень и(или) ученое звание)

(Ф.И.О.)

И.о. заведующего кафедрой

Менеджмента и культурной
политики

Доктор
экономических наук,
профессор

Бессолицын Александр
Алексеевич

(наименование факультета/ кафедры)

(ученая степень и(или) ученое звание)

(Ф.И.О.)

Оглавление

| | |
|---|----|
| 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы | 4 |
| 2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО | 4 |
| 3. Содержание и структура дисциплины | 4 |
| 4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине | 6 |
| 5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины | 11 |
| 6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | 13 |
| 6.1. Основная литература | 13 |
| 6.2. Дополнительная литература | 13 |
| 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы | 13 |
| 6.4. Нормативные правовые документы | 14 |
| 6.5. Интернет-ресурсы, справочные системы | 14 |
| 6.6. Иные рекомендуемые источники | 14 |
| 7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы | 14 |

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.05.02 «Маркетинг городов» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

| Код компетенции | Наименование компетенции | Планируемые результаты обучения по дисциплине |
|-----------------|--|--|
| ПК-3 | владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности | Знать: основные понятия, концепция и инструменты маркетинга и менеджмента в сфере культуры в региональном и локальном масштабе; |
| | | Уметь: решать социально значимые задачи в процессе своей деятельности, управлять группами (командами) сотрудников, проектами и работой сетей в области городского и регионального маркетинга; |
| | | Владеть: профессиональной этикой и профессиональной деятельностью по разработке маркетинговых планов и стратегий управления развитием в сфере культуры; навыками проведения научно-исследовательской и практической работы с использованием техник проблематизации, целеполагания, концептуализации, ресурсообеспечения для реализации проектов в сфере городского и регионального маркетинга |

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

В соответствии с учебным планом дисциплина Б1.В.ДВ.05.02 «Маркетинг городов» входит в состав элективных дисциплин вариативной части блока Б1 «Дисциплины (модули)» и изучается в седьмом семестре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 часа (2 з.е.).

Дисциплина «Маркетинг городов» опирается на:

Б1.В.ДВ.02.01 «Менеджмент музеев и галерей»

Б1.В.ДВ.02.02 «Паблик арт»

Б1.В.ДВ.03.01 «История экономики и предпринимательства в России»

Б1.В.ДВ.03.02 «Фестивальный менеджмент»

Б2.В.02(Н) «Научно-исследовательская работа»

Дисциплина «Маркетинг городов» является базой для Б2.В.04(П) «Преддипломная практика».

Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем – 28 часов, на самостоятельную работу обучающихся – 44 часа.

3. Содержание и структура дисциплины

Таблица 1.

| № п/п | Наименование тем (разделов) | Объем дисциплины, час. | | | | | | Форма текущего контроля успеваемости ⁴ , промежуточной аттестации |
|----------------------|--|------------------------|---|----|----|-----|----|---|
| | | Всего | Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий | | | | СР | |
| | | | Л | ЛР | ПЗ | КСР | | |
| Очная форма обучения | | | | | | | | |
| Тема 1 | Социально-экономическая сущность маркетинга территорий. | 12 | 2 | | 2 | | 8 | Устный опрос |
| Тема 2 | Разработка элементов комплекса маркетинга территорий | 12 | 2 | | 2 | | 8 | Устный опрос |
| Тема 3 | Маркетинг территорий | 12 | 2 | | 2 | | 8 | Устный опрос |
| Тема 4 | Информационное обеспечение маркетинговой деятельности территорий | 12 | 2 | | 2 | | 8 | Устный опрос |
| Тема 5 | Целевой маркетинг в территориальном управлении | 10 | 2 | | 2 | | 6 | Устный опрос |
| Тема 6 | Стратегический маркетинг территорий | 14 | 4 | | 4 | | 6 | Устный опрос |
| | Промежуточная аттестация | | | | | | | Зачет с оценкой |
| Всего: | | 72 | 14 | | 14 | | 44 | |

Содержание дисциплины

| № п/п | Наименование тем (разделов) | Содержание тем (разделов) |
|--------|--|--|
| Тема 1 | Социально-экономическая сущность маркетинга территорий | Основные понятия маркетинга: нужда, потребность, запрос, товар, сделка, обмен, рынок. Концепции управления. Предпосылки применения теории маркетинга в территориальном управлении. Сущность маркетинга территорий. Субъекты территориального маркетинга. Цели, задачи, принципы, функции маркетинга, экономический смысл маркетинга территорий |
| Тема 2 | Разработка элементов комплекса маркетинга территорий | Применение инструментов комплекса маркетинга в территориальном управлении. Разработка комплекса маркетинга: территориальный продукт, цена территориального продукта, месторасположение и продвижение территориального продукта. Маркетинговая среда территории: внутренняя и внешняя среда |

| № п/п | Наименование тем (разделов) | Содержание тем (разделов) |
|--------|--|---|
| | | территории |
| Тема 3 | Маркетинг территорий | Виды маркетинга территорий: маркетинг страны, маркетинг региона, маркетинг города, маркетинг муниципального образования. |
| Тема 4 | Информационное обеспечение маркетинговой деятельности территорий | Понятие и необходимость маркетинговых исследований в территориальном маркетинге. Основные направления маркетинговых исследований. Источники и виды маркетинговой информации. Методика маркетинговых исследований. Правила и процедуры маркетинговых исследований. |
| Тема 5 | Целевой маркетинг в территориальном управлении | Сущность и понятие сегментации рынка. Макро и микросегментация в территориальном маркетинге. Выбор целевых сегментов в территориальном маркетинге. Позиционирование и дифференциация территории. Поведение потребителей в процессе приобретения и потребления ресурсов и общественных благ территории |
| Тема 6 | Стратегический маркетинг территорий | Разработка деловых стратегий территории. Выбор приоритетных направлений деятельности. Выбор направлений роста деловой активности на территории. Конкурентная стратегия. Конкурентоспособность территории. Классификация конкурентных преимуществ территории. Функциональные и инвестиционные стратегии территории |

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Текущий контроль успеваемости

4.1.1. Формы текущего контроля успеваемости

В ходе реализации дисциплины «Маркетинг городов» используются следующие методы текущего контроля и успеваемости обучающихся: устный опрос.

4.1.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Обычно курс предполагает изучение одной темы в течении 2 занятий. Тематика на каждый месяц дается в таблице выше. Кроме работы с литературой (см. пункт 6.1) рекомендуется при изучении каждой темы работать с одним или двумя (но не больше) источниками, которые могут быть как текстами-выдержками из учебников, монографий и статей, так и публицистическими или любыми иными источниками, которые в этом случае выступают не источником знаний, а объектом приложения аналитических усилий. Подбор источников рекомендуется делать на основе интересов обучающихся в группе.

Подготовка к практическим занятиям по дисциплине основывается на аналитической работе с текстом источника по теме пройденного занятия и включает подготовку к обсуждению избранного текста по каждой из тем в структуре дисциплины.

Для подготовки к практическим занятиям обучающийся использует список основной/дополнительной литературы и информационные ресурсы.

4.2. Промежуточная аттестация

4.2.1. Форма и средства (методы) проведения промежуточной аттестации

Эссе является составной частью оценки в 7 семестре и пишется обучающимся дома. Темы эссе даются обучающимся на выбор из предварительного списка, в рамках которого они могут выбирать.

4.2.2. Типовые оценочные средства

Темы эссе:

1. Основные понятия маркетинга
2. Сущность маркетинга территорий
3. Применение инструментов комплекса маркетинга в территориальном управлении
4. Маркетинговая среда территории
5. Объекты маркетинга территорий: маркетинг страны, маркетинг региона
6. Объекты маркетинга территорий: маркетинг города, маркетинг муниципального образования
7. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности территории
8. Целевой маркетинг в территориальном управлении
9. Стратегический маркетинг территории

Эссе состоит из пяти частей (рекомендованные объемы частей написаны в скобках):

* обоснование выбора конкретной экономической или бизнес-ситуации, репрезентативной для конструирования гипотезы и исследовательского вопроса в пределах заявленной проблематики: содержит не только формулировку, но и демонстрирует ход рассуждений: посылки, аргументы, вывод. [не менее 3000 знаков].

* обоснование структуры кейсов, а также выбора методологии анализа и содержания критической позиции обучающегося по поводу предшествующей аналитики подобных бизнес-прецедентов [не менее 3000 знаков].

* демонстрация своей личной позиции, тезиса, который не может заключаться в простом согласии или несогласии с ранее озвученными методами [не менее 1000 знаков].

* доказательство своего тезиса — [не менее 3000 знаков].

* заключение, в котором автор кратко сопоставляет свою позицию с позицией автора текста и делает общий вывод по теме уже вне контекста анализируемого текста [не менее 2000 знаков].

Шкала оценивания

7 семестр:

| Форма промежуточной аттестации | Критерии оценивания | Оценка (баллы) |
|---------------------------------------|---|----------------------------------|
| Эссе | Логичная структура с последовательным развитием тезиса. Аргументы прописаны полно, используется профессиональный язык, представлены адекватные иллюстрации к ним. Соблюдены орфографические, пунктуационные, стилистические нормы русского языка; композиция ясна и логична | Зачтено «Отлично» (81-100) |

| | | |
|--|--|--|
| | <p>Работа выполнены строго в рамках академического стиля письма.</p> <p>Работа соответствует всем стандартам оформления учебных письменных текстов, библиография практически не содержит ошибок в оформлении списка литературы.</p> <p>Работа соответствует заявленной теме полностью.</p> <p>Суждения оригинальны, интерпретации отличаются новизной.</p> | |
| | <p>Структура логична, но аргументы в поддержку тезиса не всегда последовательны.</p> <p>Аргументы представлены полно, однако профессиональный язык используется не всегда, представлены адекватные иллюстрации к ним.</p> <p>Соблюдены орфографические, пунктуационные, стилистические нормы русского языка; композиция ясна и логична</p> <p>Работа написана в основном в рамках академического стиля письма, однако есть элементы публицистического стиля.</p> <p>Работа соответствует большинству стандартов оформления учебных письменных работ, библиография практически не содержит ошибок в оформлении списка литературы.</p> <p>Работа в основном соответствует заявленной теме, есть одно или два незначительных отступления в сторону.</p> <p>Суждения в основном оригинальны, интерпретации следуют общепринятой позиции по теме.</p> | <p>Зачтено «Хорошо» (61-80)</p> |
| | <p>Структура местами не логична, аргументы в поддержку тезиса не всегда последовательны.</p> <p>Аргумент не расписан, используются элементы профессионального языка, иллюстрации носят случайный характер.</p> <p>Есть нарушения орфографических, пунктуационных, стилистических норм русского языка, что затрудняет понимание текста</p> <p>Работа написана не в академическом стиле, однако содержит его элементы;</p> <p>Работа отклоняется от принятых стандартов оформления письменных учебных работ, библиография содержит значительное количество ошибок в оформлении списка литературы.</p> <p>Содержание работы в основном не соответствует теме, однако части ее соответствуют.</p> <p>Суждения следуют общепринятой позиции, однако их обоснование самостоятельно, интерпретации следуют общепринятой позиции по теме.</p> | <p>Зачтено «Удовлетворительно» (41-60)</p> |
| | <p>Структура местами не логична, аргументы в поддержку тезиса носят случайный характер.</p> <p>Аргументация отсутствует в тексте, профессиональный язык игнорируется.</p> <p>Текст содержит очевидно значительные и многочисленные отклонения от норм использования русского языка</p> <p>Работа написана не в академическом стиле.</p> <p>Работа отстает от большинства стандартов оформления письменных учебных работ, библиография оформлена не по принятым правилам оформления списка литературы.</p> <p>Содержание работы не соответствует теме.</p> <p>Суждения следуют общепринятой позиции, отсутствует самостоятельное их обоснование, попытки самостоятельной интерпретации отсутствуют из-за ссылок на авторитеты.</p> | <p>Не зачтено (0-40)</p> |

4.3. Методические материалы

В процессе преподавания данной дисциплины используются как классические методы обучения (семинары), так и различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, которые направлены на развитие творческих качеств обучающихся и на поощрение их интеллектуальных инициатив.

Знание курса поможет обучающемуся повысить интерес к профессиональной подготовке, изучению специальных дисциплин; получить навык самостоятельной работы в библиотеке с учебной и монографической литературой при подготовке к семинарским занятиям, практикумам.

Методические рекомендации по написанию эссе

Эссе является самостоятельной научной работой, выполненной в соответствии с тематикой и проблематикой пройденной учащимися дисциплины. В процессе выбора темы и постановки проблемы эссе обучающимся рекомендуется консультироваться с преподавателем.

Рекомендованная структура эссе:

- 1) Титульный лист.
- 2) Оглавление.
- 3) Введение (подробное обоснование темы, постановка проблемы).
- 4) Основная часть: изложение материала, подкрепленного ссылками на использованные источники, концептуальная часть, рабочие понятия, критическая аргументация, эмпирические данные, организация и результаты собственного исследования (если проводилось). Основная часть работы должна быть разделена на главы или параграфы, имеющие содержательное название.
- 5) Заключение (выводы).
- 6) Список использованной научной литературы и источников.

Оформление письменной работы

Письменная работа должна быть оформлена в соответствии с предъявляемыми требованиями. В противном случае она не принимается к оцениванию.

Текст печатается через 1,5 интервала шрифтом Times New Roman, кегль 12.

Нумерация страниц сквозная, начиная с титульного листа, однако номер страницы на нем не ставится.

Введение, каждая глава, заключение, список использованной литературы и приложения начинаются с новой страницы.

Таблицы и рисунки имеют отдельную сквозную нумерацию и название.

Ссылка на используемую литературу оформляется в виде сноски внизу страницы.

Нумерация сносок сквозная для каждой страницы текста. При первом упоминании источника выходные сведения указываются в полном объеме.

Пример:

Кутепов В. И., Виноградова А. Г. Искусство Средних веков. М.: Проспект, 2006. С. 144.

Адорно Т. В. К логике социальных наук // Вопросы философии. 1992. № 10. С. 76.

или, если о данной статье говорится в тексте документа: Вопросы философии. 1992. № 10. С. 76.

Если текст цитируется не по первоисточнику, а по другому документу, то в начале ссылки приводят слова: «Цит. по:» (цитируется по) с указанием источника заимствования.

Пример:

Цит. по: Флоренский П. А. У водоразделов мысли. М., 1990. Т. 2. С. 27.

Повторную ссылку на один и тот же документ (группу документов) или его часть приводят в сокращенной форме.

Пример:

первичная ссылка: Андреева В. И. Делопроизводство. М.: КНОРУС, 2010. С. 19.

повторная ссылка: Андреева В. И. Делопроизводство. С. 23.

При последовательном расположении на одной странице первичной и повторной ссылок текст повторной ссылки заменяют словами «Там же» или «Ibid.» (ibidem) для документов на языках, применяющих латинскую графику. В повторной ссылке на другую страницу первоисточника к словам «Там же» добавляют номер страницы, в повторной ссылке на другой том (часть, выпуск и т.п.) документа к словам «Там же» добавляют номер тома.

Примеры:

первичная ссылка: Бороздина Г. В. Психология делового общения: Учебник. 2-е изд. М.: ИНФРА-М, 2004. С. 58.

Повторная ссылка: Там же. С. 81.

Первичная ссылка: Patton M. Q. Developmental evaluation: applying complexity concepts to enhance innovation and use. New York: Guilford Press, 2010. Pp. 27.

повторная ссылка: Ibid. Pp. 96.

В повторных ссылках, не следующих за первичной ссылкой и содержащих запись на один и тот же документ, приводят фамилию автора, а основное заглавие и следующие за ним повторяющиеся элементы заменяют словами «Указ. соч.» (указанное сочинение), «Цит. соч.» (цитируемое сочинение), «Op. cit.» (opus citato — цитированный труд) — для документов на языках, применяющих латинскую графику. В повторной ссылке на другую страницу к словам «Указ. соч.» (и т.п.) добавляют номер страницы, в повторной ссылке на другой том (часть, выпуск и т.п.) документа к словам «Указ. соч.» добавляют номер тома.

Примеры:

первичная ссылка: Козырев Г. И. Введение в конфликтологию. М.: Владос, 1999. С. 86.

повторная ссылка: Козырев Г. И. Указ. соч. С. 140.

Первичная ссылка: Putnam H. Mind, language and reality. Cambridge: Cambridge University Press, 1979. Pp. 12–13.

повторная ссылка: Putnam H. Op. cit. P. 25.

Ссылка на первоисточник в тексте осуществляется посредством указания в круглых скобках фамилии автора монографии или статьи и года издания работы, например, (Дюркгейм, 1995) или (Øvretveik, 1996).

Список литературы в конце работы имеет сквозную нумерацию источников. Сначала указываются нормативные акты, затем — монографии, научные статьи и другие источники.

Пример:

Федеральный закон «О банках и банковской деятельности» от 3 февраля 1996 г. // Собрание Законодательства РФ. 1996. № 6. Ст. 492.

Принцип расположения остальных источников — алфавитный порядок фамилий авторов (отдельно на русском и английском языках). Сначала указывается фамилия автора, затем его инициалы. Если в список включаются несколько работ одного и того же автора, то в случае монографических публикаций работы располагаются по хронологическому принципу (опубликованные в одном и том же году снабжаются буквенными индексами, например, 2007а и 2007б), а затем идут работы в соавторстве.

При описании источника указываются: фамилия и инициалы автора, название монографии или статьи; для монографий — место и год издания, количество страниц; для

статей — название журнала или коллективной монографии, год издания, том, номер, страницы.

Пример описания монографий:

Бахтин М. М. Формальный метод в литературоведении: критическое введение в социальную поэтику. М.: Лабиринт, 2003. 192 с.

Гуманистический подход к охране здоровья / Отв. ред. Н. Берковитц. М.: АспектПресс, 1998. 213 с.

Campbell P. H. The integrated programming team. London: Ashgate, 1987. 176 p.

Helping people change: a textbook of methods / Eds. F. H. Kanfer, A. P. Goldstein. Boston: Allyn and Bacon, 1991. 285 p.

Пример описания статей:

Владимирова И. М., Овчинников Б. В. Методика психологического консультирования в социальной работе // Вестник психосоциальной и коррекционно-реабилитационной работы. 1996. № 2. С. 14–30.

Шульман Л. Консультации // Энциклопедия социальной работы: В 3 т. / Под ред. Л. Э. Кунельского, М. С. Мацковского. М.: Центр общечеловеческих ценностей, 1994. Т. 2. С. 31–34.

Øvretveit J. Five ways to describe a multidisciplinary team // Journal of Interprofessional Care. 1996. № 2. Рр. 48–63.

При оформлении электронных ссылок для обозначения электронного адреса используют аббревиатуру «URL» (Uniform Resource Locator — унифицированный указатель ресурса).

Пример:

Жилищное право: актуальные вопросы законодательства: Электронный журнал. 2007. № 1. URL: <http://www.gilpravo.ru> (дата обращения: 20.08.2007).

или, если о данной публикации говорится в тексте документа: URL: <http://www.gilpravo.ru>

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Маркетинг городов» изучается на протяжении одного семестра и завершается зачетом с оценкой. В ходе обучения основными видами учебных занятий являются семинарские занятия. В ходе семинарских занятий рассматриваются основные понятия тем, углубляются и закрепляются знания обучающихся по ряду рассмотренных вопросов, развиваются навыки ведения публичной дискуссии, умения аргументировать и защищать выдвигаемые в них гипотезы, утверждения, положения.

| Организация деятельности обучающегося по видам учебных занятий | |
|---|---|
| Вид учебных занятий | Организация деятельности обучающегося |
| Практические занятия | На практических занятиях осуществляется проработка содержания курса. При подготовке к практическим занятиям обучающимся необходимо ознакомиться с источниками, учебной литературой, рекомендуется конспектировать источники. Во время практических занятий возможна такая форма работы как устные выступления обучающихся по контрольным вопросам семинарского занятия. Выступление на семинаре должно быть компактным и вразумительным, без |

| | |
|--------------------|--|
| | <p>неоправданных отступлений и рассуждений. Выступление предполагает самостоятельное изложение материала, вдумчивое и свободное. Важно помнить, что, выступая на занятии, обучающийся обращается к группе, а не только к преподавателю. В свою очередь, остальные обучающиеся должны осознавать важность вовлеченного участия в занятии, слушать, задавать вопросы выступающему, формулировать ответные реплики. По окончании занятия обучающемуся рекомендуется повторить выводы, сконструированные на семинаре, проследив логику их построения, отметив положения, лежащие в их основе. Для облегчения реализации этой задачи во время занятия рекомендуется делать пометки. В случае неточностей и (или) непонимания какого-либо вопроса пройденного материала обучающемуся следует обратиться к преподавателю для получения необходимой консультации и разъяснения возникшей ситуации.</p> |
| Лекционные занятия | <p>Аудиторная форма занятий, предполагающая монологическое изложение преподавателем одной из тем дисциплин. Основная цель лекции – постановка и освещение проблемы, достижение понимания обучающимися предоставляемой информации, стимулирование интереса к изучаемому предмету.</p> |
| Эссе | <p>Эссе представляет собой небольшую, свободного изложения письменную творческую работу, выражающую мнение автора о сущности проблемы.</p> <p>В устной форме подготовленный материал может быть изложен на практическом занятии. Тема эссе может быть выбрана обучающимся как из предлагаемого и рекомендованного преподавателем перечня, так и самостоятельно. Тема эссе может быть предложена обучающимся, исходя из его желания и научного интереса.</p> <p>Написание эссе осуществляется самостоятельно путем творческого изложения изученных научных материалов.</p> <p>Важным элементом оформления эссе является корректное указание ссылок на источники использованного материала, информации и приведенных цитат.</p> |

Кроме работы с литературой (см. пункт 6.1) рекомендуется при изучении каждой темы работать с одним или двумя (но не больше) источниками, которые могут быть как текстами-выдержками из учебников, монографий и статей, так и публицистическими или любыми иными источниками, которые в этом случае выступают не источником знаний, а объектом приложения аналитических усилий. Подбор источников рекомендуется делать на основе интересов обучающихся в группе, а также динамики групповой и индивидуальной работы. Далее дается описание вопросов и соображения, которые нужно иметь ввиду, когда вы оцениваете ответы обучающихся.

Примерный регламент подготовительного этапа при подготовке к зачету (подготовка эссе дома):

- На написание эссе дается не менее 2-х недель.
- Обучающийся работает с источниками и вторичной литературой к нему.
- Эссе выполняется по структуре, предложенной преподавателем.
- В тексте эссе должны быть соблюдены основные требования, предъявляемые к академическому тексту: оформление цитирования, ссылок, библиографического описания.
- Обучающийся обязан сдать работу в срок, установленный преподавателем.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

6.1. Основная литература

1. Позднякова, Ж. С. Маркетинг территорий [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ж. С. Позднякова, Л. В. Алферова. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — Челябинск, Саратов : Южно-Уральский институт управления и экономики, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 235 с. — 978-5-4486-0675-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81483.html>

6.2. Дополнительная литература

1. Вертинская Т.С., Богданович А.В., Булко О.С., Кельник А.В., Коледа О.А., Цзюнь Ван, Булавицкая М.Г. Концептуальная модель развития городов-спутников Минска. Минск: Белорусская наука. 2013. Метод доступа: <http://www.iprbookshop.ru/29466.html>
2. Логунцова, И. В. Маркетинг территорий : учебник и практикум для академического бакалавриата / И. В. Логунцова, И. В. Малькова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 163 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09402-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/445033>
3. Маркетинг территорий : учебник и практикум для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 258 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-03593-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/432781>
4. Маркетинг территорий : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. А. Угрюмова [и др.] ; под общей редакцией М. В. Савельевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 381 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04517-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/438882>
5. Соколова Н.Г. Исследование и совершенствование методики формирования бренда города [Электронный ресурс] : монография / Н.Г. Соколова, Л.С. Опалева. — Электрон. текстовые данные. — Саарбрюккен: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2014. — 101 с. — 978-3-659-16198-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54499.html>
6. Соколова Н.Г. Качество жизни населения города в маркетинге территории. Саарбрюккен, Германия. LAP LAMBERT Academic Publishing. 2013. Метод доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54501.html>

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Порядок организации и осуществления в Образовательной автономной некоммерческой организации высшего образования «Московская высшая школа социальных и экономических наук» образовательной деятельности по образовательным программам

высшего образования – программам бакалавриата, программам магистратуры (утвержден приказом ОПНО «МВШСЭН» №27 от 20.05.2019)

6.4. Нормативные правовые документы

1. Методические рекомендации по разработке основных профессиональных образовательных программ и дополнительных профессиональных программ с учетом соответствующих профессиональных стандартов (22.01.2015 №ДЛ-1/05вн)
2. Конституция Российской Федерации.

6.5. Интернет-ресурсы, справочные системы

1. Аналитические материалы и рейтинги регионов России. Центр экономических исследований «РИА-Аналитика». <http://ria.ru/docs/projects/economicanalysis.html>
2. Аналитические материалы Информационного агентства АК&М о состоянии ведущих отраслей промышленности в российских регионах. <http://www.akm.ru/rus/analyt/analyt/analiz.htm>

6.6. Иные рекомендуемые источники

1. Коксин, А.П. Маркетинг в системе регионального менеджмент. М. : Лаборатория книги, 2012. Режим доступа: <http://www.knigafund.ru/sections/74?page=6>
2. Регионы России: проблемы и перспективы экономического развития. Сборник докладов по итогам Всероссийской научно-практической конференции, Москва, 22-29 марта 2010 г. / под общ. ред. О.Н. Мельников. - М. : Креативная экономика, 2010. Режим доступа: <http://cheloveknauka.com/gosudarstvennaya-politika-po-modernizatsii-selskohozyaystvennoy-otrasli-sovremennoy-rossii>

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; укомплектована специализированной мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации; укомплектована специализированной мебелью, и техническими средствами обучения, обеспечивающими реализацию проектируемых результатов обучения.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Для обеспечения преподавания дисциплины требуется помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Информационные справочные системы и ресурсы:

ЭБС «IPRbooks» <http://www.iprbookshop.ru/>

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red

Lexis Nexis Academic (Lexis Uni) <https://lexisnexis.com/>

ЭБС «Мобильная библиотека ЛитРес» <http://biblio.litres.ru/>

ЭБС «Юрайт» <https://biblio-online.ru/>

Информационная справочная система Консультант Плюс <http://www.consultant.ru/>

Информационная справочная система Гарант <http://www.garant.ru/>

Профессиональная база данных Scopus <https://www.scopus.com/>

Профессиональная база данных Web of Science (WoS) <https://webofknowledge.com/>

Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>

Федеральная служба государственной статистики <https://www.gks.ru/folder/10705>

База данных проектов-грантополучателей Конкурса "Культурная мозаика малых городов и сел" Благотворительного Фонда Елены и Геннадия Тимченко <http://cultmosaic.ru/winners/>

Для обеспечения преподавания дисциплины используется набор демонстрационного оборудования:

- ноутбук (Windows 8.1 или 10) с программным обеспечением LibreOffice и (или) моноблок (Win 8.1) с программным обеспечением Office Standart
- проектор.