

4 4 4 4 4
4 4 4 4
4
4

Утверждаю»
4 4 - 4
ssssssssssssssssssssss4 В В 4
E 4 4 D 4 B

Рабочая программа дисциплины
ВЕБ 4

4 ЛВНВНН 4 4 4
4 4 4 4
4 :
4 1
4 2
4 4 4 2, 72
4 М 4 2
4
4 4 4
4 В В
14 4 4 4
4 2022 В 4 4
В _____ В В

			4		4			4 4	A	
			4		4		4		4 4	A
		4		4			4 4			A
		4			4			4		A
			4 4			4			В	
			4		4			4 4		A
			4			4				A
				4					4	
				4					4	
		4		4				4		4
			4						4	
			4						4	
				4					4	
				4 4	4					A
				4 4				4		A
		4			4		4 4		4	
		4			4		4 4			
									В	

2. Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в маркетинг территорий. Основные положения.

4 4 4 4 4 В 4 4 4 А

Тема 2. Внутренняя и внешняя среда маркетинга территорий.

4 4 В 4 4 4 А
4 4 4 4 В 4 4 4
4 4 4 4 В

Тема 3. Исследования в маркетинге территорий.

4 4 4 4 4 4 4 4 В
4 4 4 4 4 4 4 4 В
4 4 4 4 В 4 4 4 4 В
4 4 4 4 В 4 4 А
4 В

Тема 4. Стратегическое позиционирование территорий.

4 4 4 В 4 4 А
4 4 4 В 4 4 А
В 4 В g k c h- В 4 4 4
В

Тема 5. Коммуникационный механизм в маркетинге территорий.

4 4 В 4 4 4 4
4 4 4 В 4 4 4 4 4
4 В

Тема 6. Брендинг территорий

4 4 В 4 4 В 4 4 А
4 4 4 4 В 4 4 А
В

Тема 7. Человеческие ресурсы реализации маркетинговой стратегии развития территории.

4 4 4 4 В 4 4 4
 В 4 4 4 4 В
 4 В

Тема 8. Финансовые и инфраструктурные ресурсы реализации маркетинговой стратегии развития территории.

4 4 В 4 4 4 В 4 4 4 А
 4 В

4. Тематический план

С	4		4				4
			б	од	б	А	
1.	4 4 В В	10	2		2		6
2.	4 4 4 4 В	10	2		2		6
3.	4 4 4 4 В	10	2		2		6
4.	4 4 4 4 В	10	2		2		6
5.	4 4 4 4 В	8			2		6
6.	4 4 4 4 В	8			2		6
7.	4 4 4 4 В	8			2		6
8.	4 4 4 4 4 4 В	4			2		2
	4 4	4					4
		72	8		16		48

5. Виды образовательной деятельности
Занятия лекционного типа

Лекция 1. Введение в маркетинг территорий. Основные положения.

1. 4 4 4 4 4 В
2. 4 4 4 В
3. 4 В

Лекция 2. Внутренняя и внешняя среда маркетинга территорий.

1. 4 4 В
 2. 4 4 4 4 4 4 4
- В

3. 4 44 4 44 4 4 В

Лекция 3. Исследования в маркетинге территорий.

1. 4 4 4 4 4 4 4 4 4 В
 2. 4 4 4 4 4 4 4 В
 3. 44 4 4 В
 4. 4 4 4 4 4 В
 5. 4 4 4 4 4 В
 6. 4 4 В

Лекция 4. Стратегическое позиционирование территорий.

1. 4 44 В
 2. 4 4 4 4 4 4 В
 3. 4 4 В
 4. 4 Вgk c h- В
 5. 4 4 4 В

Занятия семинарского типа

Практическое задание 1. Введение в маркетинг территорий. Основные положения.

в б д
 1. 4 4 4 4 4 В
 2. 4 44 В
 3. 4 В

Практическое задание 2. Внутренняя и внешняя среда маркетинга территорий.

в б д
 1. 4 4 В
 2. 4 4 4 4 4 4 А
 3. 4 В 44 4 44 4 4 В

Практическое задание 3. Исследования в маркетинге территорий.

в б д
 1. 4 4 4 4 4 4 4 4 А
 2. В 4 4 4 4 4 4 А
 3. В 44 4 4 В
 4. 4 4 4 4 4 В
 5. 4 4 4 4 4 В
 6. 4 4 В

Практическое задание 4. Стратегическое позиционирование территорий.

в б д
 1. 4 44 В
 2. 4 4 4 4 4 4 А
 3. В 4 4 В
 4. 4 Вgk c h- В
 5. 4 4 4 В

Практическое задание 5. Коммуникационный механизм в маркетинге территорий.

- в б д
1. 4 4 4 В
 2. 4 4 4
 3. 4 4 В 4 4 4 44
 4. В

Практическое задание 6. Брендинг территорий

- в б д
1. 4 4 В
 2. 4 4 В
 3. 4 44 44 44 4 4 В
 4. 4 4 4 В

Практическое задание 7. Человеческие ресурсы реализации маркетинговой стратегии развития территории.

- в б д
1. 4 4 4 4 В
 2. 4 4 44 В
 3. 4 44 4 4 4 В
 4. 4 В

Практическое задание 8. Финансовые и инфраструктурные ресурсы реализации маркетинговой стратегии развития территории.

- в б д
1. 4 4 4 4 В
 2. 4 4 4 4 В
 3. 4 4 4 44 44 4 4
 4. 4 В

Самостоятельная работа

Практическое задание 1. Введение в маркетинг территорий. Основные положения.

- 44 4 В
- в б д
1. 4 4 4 4 В
 2. 4 44 В
 3. 4 В

Практическое задание 2. Внутренняя и внешняя среда маркетинга территорий.

- 44 4 В
1. 4 4 .
 2. 4 4 4 4 4 4 А
 3. 4 В 44 4 44 4 4 В

Практическое задание 3. Исследования в маркетинге территорий.



	4 4		4		B							
1.	4		4			4	4	4		4 4 4	4	A
	B											
2.		4	4			4		4		4 4	4	A
	B											
3.		4 4		4	4			B				
4.			4		4		4 4		B			
5.		4		4		4		4			B	
6.			4			4			B			

Практическое задание 4. Стратегическое позиционирование территорий.

	4 4		4		B							
1.		4		4 4				B				
2.			4		4				4	4 4	4	A
	B											
3.		4			4				B			
4.		4			4		4 4		B			
5.		4		4		4			B			

Практическое задание 5. Коммуникационный механизм в маркетинге территорий.

					б	дг	б д					
1.		4				4					B	
2.			4		4		4		4	4		B A
		4	4		4		4 4			B		

Практическое задание 6. Брендинг территорий

					б	дг	б д					
1.		4		4			B					
2.		4		4			B					
3.		4		4 4		4 4		4 4		4	4	B
4.		4		4 4			B					

Практическое задание 7. Человеческие ресурсы реализации маркетинговой стратегии развития территории.

					б	дг	б д					
1.		4		4		4		4			B	
2.			4	4		4		B				
3.			4			4 4		4		4	4	B
4.		4			B							

Практическое задание 8. Финансовые и инфраструктурные ресурсы реализации маркетинговой стратегии развития территории.

	4 4		4		В									
				б		дз	б	д						
1.	4	4				4		4		В				
2.	4	4				4		4		В				
3.		4 4				4		4 4		4 4		4		4
	4					В								
							б	д			д	д	д	б
1.		4				4		М		4		4		А
		В												
2.	4					4	4 4			4	4		В	
3.	4		4					4		4 4		4		В
4.		4				4				4		В		
5.			4				4	4 4				4		В
6.		4	4					4				4		В
7.		4 4				4	4			4	4 4		4 4	4
		В												
8.			4					4	4	4		4		В
9.		4	4 4					4	-		4 4		4	4
		В												
10.	4		4					4		4				
11.	4		4					4		4 4		В		
12.			4			4 4		4			4 4		М	4
		4				В								4 4
13.		4					4			4		4		4 А
14.	4		4	4	4		4	4			4		4	В
15.			4					4		4	4		4	В

6. Критерии оценивания результатов освоения дисциплины

6.1. Оценочные средства и критерии оценивания для текущей аттестации

	4		4		4			4	4		4			4		N
1)			4		О											
2)			4													
3)			4				В									

1. Требования к устному (письменному) ответу на вопросы семинарского (практического) занятия

	4		4		4			4		4		4		4	4
	-		4	4			4	4	4			4 4		4	
	4		4				4		4		4	4 4		4	А
В															
	4	4					N								
-		4		4			О								
-		4		4			О								
-			4		4		О								
-	4			О											
-	4						4			В					

Критерии оценки устного ответа

4 4 4 N
 - 44 4 O
 - 4 44 4 O
 - 4 4 B

4 4 4 N	- 44 4 4 4 A O 4 4 4 4 A 4 4 4 B
4 4 4 4 A 4 44 4 A 4 N	- 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 O O 4 4 B
4 4 4 4 4 4 44 A 4 4 4 A 4 4 N	- 4 4 4 4 O 4 4 4 4 44 4 4 4 4 4 A 44 4 B
4 N 4 4 A	- 4 4 4 4 4 A 4 4 4 4 4 O 4 4 44 B

Оценка 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4
 4 4 4 ВВ 4 4 4 44 4 В

2. Требования к подготовке докладов и критерии их оценки

4 4 4 4 N
 • 4 4 4 O
 • 4 4 O
 • 4 4 4 O
 • 44 4 4 O
 • 4 4 4 O
 • 4 B
 К б б д д б д
 4 4 4 4 4 4 O
 44 4 4 4 4 4 O
 4 4 4 4 4 4 O
 4 4 4 4 4 B
 4 4 4 4 4 B
 д б дд б д
 10 4 4 O
 4 4 4 4 B

3. Требования к подготовке презентации и критерии оценки

Требования к презентации
 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4
 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4
 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4

4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 A
 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 A
 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 A
 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 A
 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 A

Критерии и показатели оценки презентации

Критерии	Показатели	Баллы			
		2 (слабо)	3 (удовл.)	4 (хорошо)	5 (отл.)
Структура	4				
	4 4 4 A 4 И 4 4 4				
Логика и аргументация изложения материала	4 4				
	4 4 4 A				
	4				
Новизна и креативность	4 4 4 A				
	4				
Стиль	4				
	4				
	4 4 4 A				
Оформление	4 4 4 4				
	4				
Грамотность	4 4 4 A				
	4 4				
Источники	4 4 A				

4	
4 4 I	
4 I	4

6.2. Оценочные средства и критерии оценивания для промежуточной аттестации

4 4 4 4 4 4 4 4 4 A
 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4
 4 B 4 4 4 4 4 4 4 4 4
 4 4 4 4 4 4 4 4 4 B

Оценка «зачтено» выставляется студенту:

- 1) 4 4 4 4 4 4
- 2) 4 4 4 4 4 4 B

Оценка «не зачтено» выставляется студенту:

1)	4	4	4	4	4	4	4	4	4	A
2) <u>С</u>										
В										

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

7.1. Основная литература

1.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	4	В	В	4	В	В	4	В	В	В
В	4	В	4	4	4	В	4	4	4	4
В	ISBN	978-5-534-14967-8.	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	о	В	URL:	https://urait.ru/bcode/492874	4	4	4	4	4

4 4 4 E B
 4 - 4
 4 y 4 E B 4 4 E B 4 y e 4 E B
 4 4 4 4 H D D D 4 B 4 B 4
 B I 4 B 4 4 E D 4 4 4 4
 4 4 4 E 4 B
 4 4 4 4 E B
 4 4 e u x
 E 4 4 4 4 4 M X d
 4 4 4 E 4 4 4 B

9. Программное обеспечение

_ u y 4 Y x 4 y w 4 4 4 4 4 4

- Microsoft Open License :
- Microsoft Windows Professional XP, 7, 8, Server Russian;
 - Microsoft Office 2003-2016 Russian.

