

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.01.01 РЕГИОНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ

Направление подготовки (специальность) 38.03.01 Экономика

Профиль подготовки (специализация) 38.03.01.33 Экономика предприятий и организаций

Форма обучения очно-заочная

Год набора 2021

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили
доцент, канд. экон наук Шibaева Татьяна Анатольевна

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины:

Целью преподавания дисциплины «Региональный маркетинг» является формирование у студентов системного научного подхода к решению практических задач развития территории, повышения ее социально-экономической привлекательности.

1.2 Задачи изучения дисциплины:

- знакомство с современным зарубежным и отечественным опытом использования маркетинга в развитии территорий;
- понимание особенности экономической, политико-правовой и культурной маркетинговой среды региона;
- знание методов формирования конкурентных преимуществ региона.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования:

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	
	УК 3.1 знать принципы и механизмы социального взаимодействия УК 3.2 Уметь выбирать стратегию социального взаимодействия, осуществлять интеграцию личных и социальных интересов;

1.4 Особенности реализации дисциплины.

URL-адрес и название электронного обучающего курса

<https://e.sfu-kras.ru/course/view.php?id=8191>

Дисциплина реализуется с применением ЭО и ДОТ

2 Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	Семестр
		7
Общая трудоемкость дисциплины	4 (144)	4 (144)
Контактная работа с преподавателем:	0,5 (18)	0,5 (18)
занятия лекционного типа	0,2 (8)	0,2 (8)
практические занятия	0,3 (10)	0,3 (10)
Самостоятельная работа обучающихся	3,5 (126)	3,5 (126)
Вид промежуточной аттестации (Зачет)		Зачёт

3 Содержание дисциплины (модуля)

№ п/п	Вид работ	Темы занятия	Объем часов	Семестр /курс	Часы в эл. формате	РО	Мероприятия текущего контроля и ПА
Раздел 1. Сущность и структура регионального маркетинга							
1.	Лек	Становление и сущность регионального маркетинга		7		УК-3	
2.	Лек	Субъекты регионального маркетинга, их цели и интересы		7		УК-3	
3.	Лек	Структура регионального маркетинга	2	7		УК-3	
4.	Пр	Становление и сущность регионального маркетинга		7		УК-3	
5.	Пр	Субъекты регионального маркетинга, их цели и интересы	2	7	2	УК-3	
6.	Пр	Структура регионального маркетинга	2	7	1	УК-3	
7.	Ср	Сущность и структура регионального маркетинга	42	7	20	УК-3	
Раздел 2. Методы оценки сравнительной конкурентоспособности регионов							
1.	Лек	Классификация регионов как объектов управления и реформирования	2	7	2	УК-3	
2.	Лек	Оценка конкурентоспособности регионов на основе методов интегральных оценок	2	7		УК-3	
3.	Пр	Классификация регионов как объектов управления и реформирования		7		УК-3	
4.	Пр	Оценка конкурентоспособности регионов на основе методов интегральных оценок	2	7	2	УК-3	
5.	Ср	Методы оценки сравнительной конкурентоспособности регионов	44	7	20	УК-3	
Раздел 3. Управление региональным маркетингом							
1.	Лек	Стратегии позиционирование региона	1	7	1	УК-3	
2.	Лек	Формирование брендинговой политики региона		7		УК-3	
3.	Лек	Технологии регионального маркетинга	1	7	1	УК-3	
4.	Пр	Стратегии позиционирование региона	2	7	2	УК-3	
5.	Пр	Формирование брендинговой политики региона	1	7		УК-3	
6.	Пр	Технологии регионального маркетинга	1	7	1	УК-3	
7.	Ср	Методы оценки сравнительной конкурентоспособности регионов	40	7	20	УК-3	

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Печатные и электронные издания:

1. Котлер Ф. Латеральный маркетинг: технология поиска революционных идей: научное издание. - Москва: "Альпина Паблишер", 2015. - 204 с..
2. Маслова Т. Д., Божук С. Г., Ковалик Л. Н. Маркетинг: учебник. - Москва: Питер, 2008. - 380 с..
3. Дулесов А.Н. Маркетинг: учебное пособие. - Абакан: Ред.-изд. сектор ХТИ - филиала СФУ, 2012. - 282 с..
4. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент: . - Москва: Питер, 2015. - 800 с..
5. Дулесов А.Н. Маркетинг. Курсовая работа: методические указания. - Абакан: Ред.-изд. сектор ХТИ - филиала СФУ, 2013. - 16 с..

4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):

1. Microsoft Office Professional Plus 2010 Russian. Офисный пакет Microsoft Office.
2. Microsoft Windows Professional 7 Russian. Операционная система Windows.

4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Электронная правовая система "КонсультантПлюс". <https://www.consultant.ru>
Электронная правовая система "КонсультантПлюс"
Электронно- правовая ситтема «Система ГАРАНТ»
2. Электронно- правовая ситтема «Система ГАРАНТ». <https://ivo.garant.ru>
Электронная правовая система "КонсультантПлюс"
Электронно- правовая ситтема «Система ГАРАНТ»
3.
сайт А.П. Панкрухина «Маркетинг территории» <http://pankrukhin.ru/books-2/>

5 Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств является приложением к рабочей программе дисциплины (модуля), хранится на кафедре, обеспечивающей преподавание данной дисциплины (модуля).

6 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

655017 Республика Хакасия,

г. Абакан, ул. Щетинкина, д.27

Корпус "А",

№ аудитории 227

Аудитория лекционная

Рабочее место преподавателя; рабочие места обучающихся; меловая доска, используется переносной мультимедийный комплекс

655017 Республика Хакасия,

г. Абакан, ул. Щетинкина, д.27

Корпус "А",

№ аудитория 224

Аудитория для практических занятий.

Для практических занятий, для текущего контроля, для промежуточной аттестации, для групповых и индивидуальных консультаций Рабочее место преподавателя; рабочие места обучающихся; меловая доска; плакаты

учебная аудитория для проведения лекционных, семинарских и практических занятий: специализированная мебель, демонстрационное оборудование, АРМ преподавателя, подключение к сети «Интернет» и индивидуальный неограниченный доступ в ЭИОС университета