

**Образовательная автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКАЯ ВЫСШАЯ ШКОЛА СОЦИАЛЬНЫХ
И ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК»**

Факультет Управления социокультурными проектами

УТВЕРЖДЕНО

Ректор ОАНО «МВШСЭН»

Электронная подпись

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«Менеджмент креативных проектов»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
реализуемой без применения электронного (онлайн) курса**

Б1.В.24 «Маркетинг городов»

Бакалавриат

(уровень образования)

38.03.02 Менеджмент

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Очная форма обучения

(форма (формы) обучения)

Год набора – 2022 г.

Москва, 2021 г.

Автор-составитель:

Кандидат культурологии, искусствовед,
куратор, специалист по art&science,
разработчик образовательных программ,
основатель и куратор лаборатории
культуры будущего VZOR

Ремнева О.Е.

Заведующий кафедрой
менеджмента и культурной
политики

Доктор экономических
наук, кандидат
исторических наук,
профессор

Бессолицын А.А.

Рабочая программа дисциплины Б1.В.24 «Маркетинг городов» рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и культурной политики ОАНО «МВШСЭН»: Протокол № 2 от 15.02 2021 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине
5. Методические материалы для освоения дисциплины
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
 - 6.1. Основная литература
 - 6.2. Дополнительная литература
 - 6.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация
 - 6.4. Интернет-ресурсы
 - 6.5. Иные источники
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

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

1.1. Дисциплина Б1.В.24 «Маркетинг городов» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикатор достижения компетенции
ПК-2	Способность участвовать в управлении проектом, программе внедрения продуктовых, процессных, организационных и маркетинговых инноваций или программой организационных изменений	ИПК-2.1 Определяет основные понятия, концепции и инструменты маркетинга и менеджмента в сфере культуры в региональном и локальном масштабе

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Код компонента компетенции	Планируемые результаты обучения
ИПК-2.1	на уровне знаний: знать социально значимые задачи в процессе своей деятельности, управлять группами (командами) сотрудников, проектами и работой сетей в области городского и регионального маркетинга
	на уровне умений: уметь проводить научно-исследовательскую и практическую работы с использованием техник проблематизации, целеполагания, концептуализации, ресурсообеспечения для реализации проектов в сфере городского и регионального маркетинга
	на уровне навыков: владеть навыком профессиональной этики и профессиональной деятельности по разработке маркетинговых планов и стратегий управления развитием в сфере культуры

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.24 «Маркетинг городов» является базовой дисциплиной и относится к вариативной части учебного плана Б1.В программы подготовки по направлению 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), профиль «Менеджмент креативных проектов». Данная дисциплина изучается в 7 семестре в соответствии с учебным планом.

Общий объем дисциплины 6 З.Е. (216 ак.ч., 162 астр.ч.);

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем: 28 ак.ч. (21 астр.ч.); на самостоятельную работу обучающихся: 188 ак.ч. (141 астр.ч.).

Дисциплина связана со следующими дисциплинами: «Менеджмент наследия и культурный туризм», «Менеджмент музеев и галерей», «Управление проектами», «Экономика культуры и креативная экономика», «Управление проектами», «Ознакомительная практика», «Технологическая (проектно-технологическая) практика», «Преддипломная практика».

Дисциплина реализуется с частичным применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

3. Содержание и структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.			Форма текущего контроля
		Всего	Контактная работа обучающихся с	СР	

			преподавателем по видам учебных занятий					успеваемости, промежуточной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 1	Социально-экономическая сущность маркетинга территорий.	34	2		2		30	УО
Тема 2	Разработка элементов комплекса маркетинга территорий	36	2		2		32	УО
Тема 3	Маркетинг территорий	36	2		2		32	УО
Тема 4	Информационное обеспечение маркетинговой деятельности территорий	34	2		2		30	УО
Тема 5	Целевой маркетинг в территориальном управлении	36	2		2		32	УО
Тема 6	Стратегический маркетинг территорий	40	4		4		32	УО
	Промежуточная аттестация							3
Всего:		216/6	14		14		188	

Используемые сокращения:

Л – занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся);

ЛР – лабораторные работы (вид занятий семинарского типа);

ПЗ – практические занятия (виды занятия семинарского типа за исключением лабораторных работ);

КСР – индивидуальная работа обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации);

ДОТ – занятия, проводимые с применением дистанционных образовательных технологий, в том числе с применением виртуальных аналогов профессиональной деятельности.

СР – самостоятельная работа, осуществляемая без участия педагогических работников организации и (или) лиц, привлекаемых организацией к реализации образовательных программ на иных условиях;

УО – устный опрос;

З – зачет.

Содержание дисциплины

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 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 оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

В ходе реализации дисциплины Б1.В.24 «Маркетинг городов» используются следующие методы текущего контроля и успеваемости обучающихся: устный опрос.

№ занятия	Тема занятия	Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1	Социально-экономическая сущность маркетинга территорий.	УО
Тема 2	Разработка элементов комплекса маркетинга территорий	УО
Тема 3	Маркетинг территорий	УО
Тема 4	Информационное обеспечение маркетинговой деятельности территорий	УО
Тема 5	Целевой маркетинг в территориальном управлении	УО
Тема 6	Стратегический маркетинг территорий	УО

Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Обычно дисциплина предполагает изучение одной темы в течении 2 занятий (2 недели). 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.

Промежуточная аттестация

Зачет в 7 семестре проводится в форме эссе. Темы эссе даются обучающимся на выбор из предварительного списка, в рамках которого они могут выбирать.

Типовые оценочные средства промежуточной аттестации

Перечень примерных тем 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

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 Работа выполнена строго в рамках академического стиля письма.	Зачтено «Отлично» (81-100)

	<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>

5. Методические материалы по освоению дисциплины

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. Pp. 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>

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 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.
Лекционные занятия	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.
Эссе	Эссе представляет собой небольшую, свободного изложения письменную творческую работу, выражающую мнение автора о сущности проблемы. 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. Написание эссе осуществляется самостоятельно путем творческого изложения изученных научных материалов. Важным элементом оформления эссе является корректное указание ссылок на источники использованного материала, информации и приведенных цитат.

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 Нормативные правовые документы и иная правовая информация

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.

6.4. Интернет-ресурсы

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>

6.5 Иные 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

1. ЭБС «IPRbooks» <http://www.iprbookshop.ru/>
2. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
3. Lexis Nexis Academic (Lexis Uni) <https://lexisnexis.com/>
4. ЭБС «Мобильная библиотека ЛитРес» <http://biblio.litres.ru/>
5. ЭБС «Юрайт» <https://biblio-online.ru/>
6. Информационная справочная система Консультант Плюс <http://www.consultant.ru/>
7. Информационная справочная система Гарант <http://www.garant.ru/>
8. Профессиональная база данных Scopus <https://www.scopus.com/>
9. Профессиональная база данных Web of Science (WoS) <https://webofknowledge.com/>
10. Интерфакс СПАРК. Экономическая статистика по регионам <http://www.spark-interfax.ru/ru/statistics>
11. База данных исследований Московского института социально-культурных программ <http://miscp.ru/>
12. Мировые практики Smart City: открытая база знаний <https://ict.moscow/projects/smart-cities/>

13. Атлас культурных ресурсов и учреждений культуры Российской Федерации
<https://www.culture.ru/atlas/russia>

14. База статистических данных сферы культуры европейских стран
<https://www.culturalpolicies.net/web/compendium.php>

Технические и программные средства обучения

Для обеспечения преподавания дисциплины используется набор демонстрационного оборудования:

1. Ноутбук (Windows 8.1 или 10) с программным обеспечением LibreOffice и (или) моноблок (Win 8.1) с программным обеспечением Office Standart;
2. Проектор.