

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный аграрный университет»

Кафедра стратегического маркетинга и территориально-отраслевого развития

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой

 Москалев М.В.

ФОНД
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ
«ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ»
(приложение к рабочей программе)

Направление подготовки магистра
38.04.04 «Государственное и муниципальное управление»

Тип образовательной программы
академическая магистратура

Направленность (профиль) образовательной программы
«Муниципальное управление»

Санкт-Петербург
2018

Автор

доцент



(подпись)

Шлыгин С.П.

СОДЕРЖАНИЕ

1	Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы	4
2	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	6
3	Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы	10
4	Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	18

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

Процесс изучения дисциплины *Территориальный маркетинг* направлен на формирование следующих компетенций, отраженных в карте компетенций:

Код компетенции	Наименование компетенции	Структурные элементы компетенции (знать, уметь, владеть)	Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы	Виды занятий для формирования компетенции	Оценочные средства для проверки формирования компетенции
ПК-4	<i>владением способностью к анализу и планированию в области государственного и муниципального управления</i>	<i>знать: современные методы анализа и планирования в области государственного и муниципального управления;</i> <i>уметь: анализировать и осуществлять планирование в области государственного и муниципального управления;</i> <i>владеть: навыками планирования в области государственного и муниципального управления.</i>	2 семестр	Занятия лекционного типа. Занятия семинарского типа. Самостоятельная работа студента	Текущая и итоговая аттестация по модульно-рейтинговой системе, тесты, доклады, устный опрос, ситуационные задания
ПК-6	<i>способностью понимать современные тенденции развития политических процессов в мире, мировой экономики и глобализации, ориентироваться в вопросах международной конкуренции</i>	<i>знать: современные тенденции развития политических процессов в мире, мировой экономики и глобализации, ориентироваться в вопросах международной конкуренции;</i> <i>уметь: анализировать современные тенденции политических процессов в мире, мировой экономики, ориентироваться в вопросах международной конкуренции;</i> <i>владеть: разными методами анализа тенденций в развитии политических процессов в мире, мировой экономики</i>	2 семестр	Занятия лекционного типа. Занятия семинарского типа. Самостоятельная работа студента	Текущая и итоговая аттестация по модульно-рейтинговой системе, тесты, доклады, устный опрос, ситуационные задания
ПК-16	<i>способностью к кооперации в рамках междисциплинарных проектов, работе в смежных областях</i>	<i>знать: как работать в рамках междисциплинарных проектов;</i> <i>уметь: применять свои способности в рамках междисциплинарных проектов;</i> <i>владеть: разными методами кооперации в смежных областях.</i>	2 семестр	Занятия лекционного типа. Занятия семинарского типа. Самостоятельная работа студента	Текущая и итоговая аттестация по модульно-рейтинговой системе, тесты, доклады, устный опрос, ситуационные задания

2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

2.1 Показатели и критерии оценивания компетенций

Компетенция	Этап формирования компетенции	Показатели и критерии оценивания				Оценочные средства для проверки формирования компетенции***		
		отсутствие усвоения (ниже порогового)	неполное усвоение (пороговое)	хорошее усвоение (углубленное)	отличное усвоение		Текущий контроль	Промежуточная аттестация
					(продвинутое)	(креативное)		
ПК – 4 - владением способностью к анализу и планированию в области государственного и муниципального управления								
знать	2 семестр	Не знает основные методы анализа и планирования в области государственного и муниципального управления. Допускает существенные ошибки в их формулировках, не помогают наводящие вопросы. Студент нуждается в дополнительных занятиях.	Знает основные методы анализа и планирования в области государственного и муниципального управления. Допускает не существенные ошибок в их формулировках	Имеет полные знания . Не допускает ошибок в изложении	Способен выбрать из своих методов анализа и планирования в области государственного и муниципального управления. Знает, как эффективно планировать в области государственного и муниципального управления	способен обосновать применение своих новых методов анализа и планирования в области государственного и муниципального управления. Может обосновать их применить.	Текущая и итоговая аттестация по модульно-рейтинговой системе, тесты, доклады, устный опрос, ситуационные задания	Экзамен

уметь	2 семестр	Не умеет применять основные методы анализа и планирования в области государственного и муниципального управления. Допускает существенные ошибки в их исполнении. Студент нуждается в дополнительных занятиях.	Умеет применять основные методы анализа и планирования в области государственного и муниципального управления. Допускает не существенные ошибки в их исполнении.	Умеет применять все методы анализа и планирования в области государственного и муниципального управления. Не допускает ошибки в их исполнении	Умеет применять наилучшие методы анализа и планирования в области государственного и муниципального управления. Использует их эффективно	Умеет применять свои новые методы анализа и планирования в области государственного и муниципального управления. Использует их правильно.	Текущая и итоговая аттестация по модульно-рейтинговой системе, тесты, доклады, устный опрос, ситуационные задания	Экзамен
владеть	2 семестр	Не владеет основными навыками в анализе и планировании в области государственного и муниципального управления. Допускает существенные ошибки в их исполнении. Студент нуждается в дополнительных занятиях.	Владеет основными навыками в анализе и планировании в области государственного и муниципального управления. Не допускает существенных ошибок в их исполнении.	Владеет всеми необходимыми навыками в анализе и планировании в области государственного и муниципального управления. Не допускает ошибок в их исполнении.	Владеет эффективными навыками в анализе и планировании в области государственного и муниципального управления. Владеет ими свободно.	Владеет новыми навыками в анализе и планировании в области государственного и муниципального управления. Владеет ими их грамотно.	Текущая и итоговая аттестация по модульно-рейтинговой системе, тесты, доклады, устный опрос, ситуационные задания	Экзамен
ПК-6 способностью понимать современные тенденции развития политических процессов в мире, мировой экономики и глобализации, ориентироваться в вопросах международной конкуренции								

знать	2 семестр	Не знает основных тенденций развития мировых политических и экономических процессов, не ориентируется в вопросах международной конкуренции. Допускает существенные ошибки в их формулировках, не помогают наводящие вопросы. Студент нуждается в дополнительных занятиях.	Знает основные тенденции развития мировых политических и экономических процессов, ориентируется в вопросах международной конкуренции. Не допускает существенные ошибки в их формулировках	Имеет знания всех тенденций развития мировых политических и экономических процессов, ориентируется в вопросах международной конкуренции. Не допускает ошибки в их формулировках логичен и последователен в изложении	Способен свободно ориентироваться во всех тенденциях развития мировых политических и экономических процессов, разбираться в вопросах международной конкуренции Правильно формулирует и излагает свои мысли,	способен обосновать новые тенденции в развитии мировых политических и экономических процессов. Формулирует это понятно и логично	Текущая и итоговая аттестация по модульно-рейтинговой системе, тесты, доклады, устный опрос, ситуационные задания	Экзамен
		Не умеет пользоваться основными тенденциями развития мировых политических и экономических процессов, не ориентируется в вопросах международной конкуренции. Допускает существенные ошибки в их исполнении. Студент нуждается в дополнительных занятиях.	Умеет пользоваться основными тенденциями развития мировых политических и экономических процессов. Не допускает существенных ошибок в их исполнении	Умеет применять все необходимые тенденции развития мировых политических и экономических процессов. Не допускает ошибок в их исполнении	Умеет выбрать нужную тенденцию <i>развития</i> мировых политических и экономических процессов. Умеет эффективно использовать их.	Умеет использовать новые тенденции <i>развития</i> мировых политических и экономических процессов. Правильно их использует	Текущая и итоговая аттестация по модульно-рейтинговой системе, тесты, доклады, устный опрос, ситуационные задания	
уметь	2 семестр							Экзамен

владеть	2 семестр	Не владеет основными тенденциями развития мировых политических и экономических процессов, не ориентируется в вопросах международной конкуренции. Допускает существенные ошибки в их демонстрации, не помогают ориентирующие указания. Студент нуждается в дополнительных занятиях.	Владеет основными тенденциями развития мировых политических и экономических процессов. Не допускает существенные ошибки в их демонстрации, иногда нуждается в ориентирующие указания	Владеет всеми необходимыми тенденциями развития мировых политических и экономических процессов. Пользуется навыками уверенно не допускает ошибок.	Владеет эффективными тенденциями развития мировых политических и экономических процессов. Владеет ими свободно.	Способен продемонстрировать новые тенденциями развития мировых политических и экономических процессов убедительно ими владеет.	Текущая и итоговая аттестация по модульно-рейтинговой системе, тесты, доклады, устный опрос, ситуационные задания	Экзамен
		ПК-16 способностью к кооперации в рамках междисциплинарных проектов, работе в смежных областях						
знать	2 семестр	Не освоил основные знания как работать в рамках междисциплинарных проектов. Допускает существенных ошибок в их формулировках, иногда необходимы наводящие вопросы, не помогают наводящие вопросы. Студент нуждается в дополнительных занятиях.	Освоил основные знания как работать в рамках междисциплинарных проектов. Не допускает существенных ошибок в их формулировках, иногда необходимы наводящие вопросы.	Освоил все необходимые знания как работать в рамках междисциплинарных проектов. Не допускает ошибки в их формулировках логичен и последователен в изложении	Способен выбрать эффективные способы работать в рамках междисциплинарных проектов. Уверено выбирает наиболее эффективный способы. Правильно формулирует и излагает свои мысли,	способен обосновать новые способы работать в рамках междисциплинарных проектов. Уверено предлагать новые способы. Обосновывает это понятно и логично,	Текущая и итоговая аттестация по модульно-рейтинговой системе, тесты, доклады, устный опрос, ситуационные задания	Экзамен

Уметь	2 семестр	Не умеет <i>применять свои способности в рамках междисциплинарных проектов. Допускает существенные ошибки</i> в их составлении. Не помогает наводящие указания Студент нуждается в дополнительных занятиях.	Умеет <i>применять свои способности в рамках междисциплинарных проектов. Не допускает существенные ошибки</i> в их составлении. Иногда необходимы наводящие указания.	Умеет <i>применять все свои способности в рамках междисциплинарных проектов. Не допускает ошибок</i> в их исполнении	Умеет использовать наиболее эффективные свои способности в рамках междисциплинарных проектов. Правильно их использует	Умеет использовать новые способности в рамках междисциплинарных проектов	Текущая и итоговая аттестация по модульно-рейтинговой системе, тесты, доклады, устный опрос, ситуационные задания	Экзамен
владеть	2 семестр	Не владеет основными методами кооперации в смежных областях. Допускает существенные ошибки в их демонстрации, не помогают ориентирующие указания. Студент нуждается в дополнительных занятиях.	Владеет основными методами кооперации в смежных областях. Не допускает существенные ошибки в их демонстрации, иногда нуждается в ориентирующие указания	Владеет всеми необходимо методами кооперации в смежных областях. Пользуется навыками уверенно не допускает ошибок.	Владеет эффективными методами кооперации в смежных областях. Владеет ими свободно.	Способен продемонстрировать новые методы кооперации в смежных областях. убедительно ими владеет.	Текущая и итоговая аттестация по модульно-рейтинговой системе, тесты, доклады, устный опрос, ситуационные задания	Экзамен

2.2 Шкала оценивания компетенций

Оценка знания компетенции

оценка «**НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО**» (*ниже порогового уровень знания*) ставится студенту, который не освоил суть знания компетенции, т.е. не может сформулировать основные понятия, допускает существенные ошибки, не помогают наводящие вопросы. В таких случаях, студент не освоил суть знания компетенции и нуждается в дополнительных занятиях.

оценку «**УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО**» (*пороговый уровень знания*) студент получает, если он освоил суть знания компетенции, т.е. может сформулировать основные понятия и их взаимосвязь, но не усвоил полноту знания компетенции, допускает не существенные ошибки в формулировках, не достаточно логичен в изложении, иногда нуждается в наводящих вопросах;

оценку «**ХОРОШО**» (*углубленный уровень знания*) студент получает, если он имеет полные знания компетенции, усвоил его детали, правильно формулирует свои мысли, логичен и последователен в изложении;

оценку «**ОТЛИЧНО**»

(*продвинутый уровень знания*) студент получает, если он способен анализировать полные знания компетенции, т.е. имея полные знания, правильно формулирует и излагает свои мысли, результатом анализа является выбор правильных (эффективных) решений.

(*креативный уровень знания*) студент получает, если он способен предлагать новые знания компетенции, т.е. имея полные знания, находит проблемы, формулирует новые решения понятно и логично.

Оценка умения компетенции

оценка «**НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО**» (*ниже порогового уровень знания*) ставится студенту, который не освоил основных умений компетенции, т.е. не умеет выполнять основные умения, допускает существенные ошибки в их исполнении, не помогают наводящая помощь. В таких случаях, студент не освоил основные умения компетенции и нуждается в дополнительных упражнениях.

оценку «**УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО**» (*пороговый уровень знания*) студент получает, если он освоил основных умений компетенции, т.е. умеет выполнить основные умения, но не усвоил все умения компетенции, допускает не существенные ошибки в исполнении, не достаточно умел, иногда нуждается в наводящий помощи;

оценку «**ХОРОШО**» (*углубленный уровень знания*) студент получает, если он имеет все необходимые умения компетенции, овладел всеми нюансами в исполнении, все правильно исполняет;

оценку «**ОТЛИЧНО**»

(*продвинутый уровень знания*) студент получает, если он способен выбирать правильные (эффективные) умения компетенции, т.е. имея все умения компетенции, правильно (эффективно) применяет выбранное умение.

(креативный уровень знания) студент получает, если он способен предлагать **новые умение** компетенции, т.е. имея все умения компетенции, находит проблемы в их использовании, умело демонстрирую новое умение.

Оценка владения компетенции

оценка «**НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО**» (*ниже порогового уровень знания*) ставится студенту, который не овладел основными навыками компетенции, т.е. не владеет основными навыками, допускает существенные ошибки в их демонстрации, не помогают ориентирующие указания. В таких случаях, студент не освоил **основными навыками** компетенции и нуждается в дополнительных занятиях.

оценку «**УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО**» (*пороговый уровень знания*) студент получает, если он овладел основными навыками компетенции, т.е. владеет основными навыками, не допускает существенных ошибок в их демонстрации, иногда нуждается в ориентирующим указания.

оценку «**ХОРОШО**» (*углубленный уровень знания*) студент получает, если он овладел всеми необходимыми навыками компетенции, т.е. владея всеми навыками, выполняет их уверенно не допускает ошибок.

оценку «**ОТЛИЧНО**»

(продвинутый уровень знания) студент получает, если он способен выбирать навыки компетенции, т.е. владея всеми навыками компетенции свободно и уверенно выбрать наиболее правильный (эффективный), свободный навык.

(креативный уровень знания) студент получает, если он способен демонстрировать **новые навыки** компетенции, т.е. владея всеми навыками предложить новый навык убедительно его исполнив.

Интегральная оценка компетенций

оценка «**НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО**» (*ниже порогового уровень знания*) ставится студенту, который не набрал 60 баллов

оценку «**УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО**» (*пороговый уровень знания*) студент получает, если он набрал от 60-79 баллов

оценку «**ХОРОШО**» (*углубленный уровень знания*) студент получает, если он набрал 80 -99 баллов

оценку «**ОТЛИЧНО**»

(продвинутый уровень знания) студент получает, если он набрал 100 – 119 баллов.

(креативный уровень знания) студент получает, если он набрал 120 и более баллов.

Оценочное средство

Устный опрос

(наименование оценочного средства)

Шкала оценивания:

оценку «**ОТЛИЧНО**» студент получает за:

продвинутый уровень знания, если он способен анализировать полные знания программного материала, т.е. имеет полные знания, правильно

формулирует и излагает свои мысли, результатом анализа является выбор правильных (эффективных) решений.

креативный уровень знания, если он способен предлагать **новые знания** программного материала, т.е. имея полные знания, находит проблемы, формулирует новые решения понятно и логично.

- оценку «**ХОРОШО**» студент получает за **углубленный уровень знания**, если он имеет полные знания программного материала, усвоил его детали, правильно формулирует свои мысли, логичен и последователен в изложении; оценку «**УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО**» студент получает за **пороговый уровень знания**, если он освоил суть знания программного материала, т.е. может сформулировать основные понятия и их взаимосвязь, но не усвоил полностью программного материала, допускает не существенные ошибки в формулировках, не достаточно логичен в изложении, иногда нуждается в наводящих вопросах;

- оценка «**НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО**» студент получает за **ниже пороговый уровень знания**, если он не освоил суть знания программного материала, т.е. не может сформулировать основные понятия, допускает существенные ошибки, не помогают наводящие вопросы. В таких случаях, студент не освоил дисциплину и нуждается в дополнительных занятиях.

Оценочное средство

Тест

(наименование оценочного средства)

Шкала оценивания:

Оценка «**отлично**» – правильный ответ на 10 вопросов.

Оценка «**хорошо**» - 8, 9 правильных ответов (допускается 2 ошибки).

Оценка «**удовлетворительно**» – 6-7 правильных ответа (допускается 3-4 ошибки).

Оценка «**неудовлетворительно**» - 5 и менее правильных ответов (более 4-х ошибок).

Оценочное средство

Доклад

(наименование оценочного средства)

Количество баллов за самостоятельную работу

№ п\п	Наименование	Оценка (баллы)
1.	Доклад студента на конференции	10-15
2.	Доклад специалиста, организованный студентом.	10
3.	Выступление студента на лекции (пр. занятиях) с докладом	5
4.	Доклад по одному источнику от 5 страниц.	3
5.	Доклад по трём источникам от 10 страниц.	5
6	Доклад на основе документов.	7

Требования к докладу

3 уровень знания

Суть вопроса (одна концепция):

Определение + краткое содержание вопроса

Один автор, одна концепция, один источник.

4 уровень знания

Полное содержание вопроса:

Определение + полное содержание вопроса

Один автор, одна концепция, **несколько** (2-3) источников.

5 уровень знания

Выбор концепции вопроса:

Определение + полное содержание вопроса + выбор концепции

Один автор, несколько (2-3) концепций, несколько (2-3) источников.

6 уровень знания

Новая суть вопроса:

Новое (свое) Определение + обоснование

Один автор, Одна авторская (новая) концепция, несколько (2-3) источников.

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

Устный опрос

1. Что такое маркетинг в современном управлении?
2. Какие исторические этапы развития маркетинга принято выделять?
3. Каковы ключевые черты социального и «коммерческого» маркетинга? В чем их специфика?
4. В чем сущность маркетинга территорий? Объект и предмет маркетинга территорий?
5. Какие существуют разновидности субъектов маркетинга территорий? Каковы их особенности?
6. Кто является ключевым субъектом маркетинга территорий? Кто его «клиент»?
7. Какова внутренняя и внешняя среда территории?
8. Поясните, что такое современный маркетинг в управлении: философия, технология и/или инструмент. Обозначьте актуальные проблемы маркетинга.
9. Определите роль и значение маркетинга в государственном и муниципальном управлении. Поясните, в чем различие между маркетингом в «коммерческих» организациях и в органах государственной и муниципальной власти.
10. Обозначьте ключевые факторы и субъекты внутренней и внешней среды территории.

11. Каков набор классических маркетинговых средств? Дайте их общую характеристику.
12. Каков комплекс средств маркетинга территорий? В чем его особенность?
13. Что такое «территориальный продукт»? Каковы его компоненты?
14. Опишите процесс управления территориальным продуктом? В чем его специфика?
15. Что такое «цена территориального продукта»?
16. Охарактеризуйте процесс установления цены на товары, программы и услуги.
17. Что такое стимулы и антистимулы? Каковы их разновидности?
18. Что такое «месторасположение территориального продукта»?
19. Как принимаются решения по каналу распределения? Опишите этот процесс.
20. Каковы критерии решений по каналу?
21. Определите приоритетность вариантов канала распределения.
22. Что такое «продвижение территориального продукта»?
23. Послание в территориальном маркетинге. Какова его специфика?
24. Каков процесс разработки посланий? Опишите, как происходит выбор источников посланий и каналов коммуникации.
25. Дайте общую характеристику потребителей ресурсов и общественных благ территории.
26. Каковы основные факторы влияния и воздействия на поведение потребителей?
27. Что представляет собой конкуренция в маркетинге территорий?
28. Опишите, что включает в себя конкурентоспособность территории и как оценивать конкурентные преимущества территории?
29. Обоснуйте необходимость сотрудничества территорий.
30. Опишите современное развитие государственной региональной политики.
31. Что такое социальное партнерство в маркетинге территорий?
32. Какова базовая модель макросегментации в маркетинге территорий («что», «как», «кто»)?
33. Каковы критерии микросегментации в маркетинге территорий?
34. Каким образом определяется привлекательность рыночных сегментов и осуществляется выбор стратегии охвата базового рынка в маркетинге территорий?
35. Каковы особенности позиционирования и дифференциации территории?
36. Опишите процесс выбора территории? Перечислите главные и дополнительные факторы этого процесса, его этапы. Какое влияние оказывает рейтинговая информация на процесс выбора территории?
37. Каковы специфика и особенности разработки деловых стратегий территории: «портфельная стратегия», стратегия роста, конкурентная стратегия, функциональные стратегии, инвестиционная стратегия?

38. В чем специфика имиджевого маркетинга?
39. Каковы особенности маркетинга привлекательности?
40. Что предполагает инфраструктурный маркетинг?
41. Объясните сущность и особенности маркетинга людей.
42. Методы маркетинга территории и методы развития территории – каковы их общие черты и особенности?
43. Что предполагает развитие социальной сферы на территории?
44. Что такое улучшение городской среды?
45. Поясните, что означает экономическое развитие территории?
46. В чем суть стратегического рыночного планирования?
47. Поясните особенности стратегий улучшения территорий: самобытность территории, территория как отлаженная среда, территория как поставщик услуг, территория как зоны отдыха и развлечения.
48. Что такое имидж места? Как можно измерить имидж места?
49. Каков процесс формирования имиджа места?
50. Охарактеризуйте ключевые инструменты популяризации имиджа места?
51. Что делать территории, если ее имидж имеет негативную характеристику?
52. Опишите процесс продвижения имиджа места и его посланий.
53. Что такое бренд территории?
54. Каковы особенности брендинга в государственном секторе?
55. Охарактеризуйте сущность и ключевые элементы бренда территории.
56. Перечислите функции бренда.
57. Каков процесс создания желательной идентичности бренда?
58. Охарактеризуйте процесс поддержания желательного имиджа бренда.
59. Каковы сущность и значение повторного изобретения бренда?
60. Каковы основные механизмы привлечения рынка туризма и индустрии гостеприимства?
61. Какие существуют методы выявления целевых групп на этом рынке?
62. Какие туристические стратегии территория может использовать для развития рынка туризма и индустрии гостеприимства?
63. Что предполагает позиционирование и поиск ниши на туристическом рынке?
64. Какие методы по привлечению бизнеса, торговых центров, розничной и оптовой торговли из других мест может использовать территория?
65. Каковы меры территории по удержанию и расширению существующего бизнеса?
66. Охарактеризуйте роль процессов расширения экспорта и стимулирования иностранных инвестиций.
67. Что представляет собой политика территории по привлечению жителей? Укажите ее основные цели и средства.
68. Как можно определить группы населения, которые необходимо привлечь?

69. Каковы предпосылки и условия внедрения маркетинга территорий?
70. Особенности сбора и анализа информации в маркетинге территорий?
71. Сущность маркетинговых исследований в государственном секторе? Какова их классификация и основные этапы процесса исследования?
72. Охарактеризуйте ключевые проблемы измерения эффективности маркетинга: почему и для кого, что, как, когда и цена?
73. Опишите ключевые особенности маркетингового планирования в государственном секторе.
74. Каковы основные этапы разработки маркетингового плана? Охарактеризуйте особенности маркетинговых целей и задач.
75. Каковы особенности маркетинга страны?
76. Охарактеризуйте территориальный продукт страны. Какова его специфика?
77. Дайте оценку месторасположению территориального продукта страны.
78. Что такое «цена территориального продукта страны»?
79. Каковы особенности и проблемы продвижения территориального продукта страны?
80. Каковы особенности регионального маркетинга?
81. Каковы особенности маркетинга города?
82. Охарактеризуйте проблемы согласования маркетинга страны, региона и отдельного города?

Ситуационные задания

Задание 1.

Измерьте имидж г. Санкт-Петербурга по шкале знакомства-благожелательности, взяв в качестве целевой аудитории туристов и гостей столицы (другой вариант – иностранных студентов). Результаты представьте в виде следующей таблицы:

Насколько хорошо Вы знаете г. Санкт-Петербург (на момент выбора места посещения /учебы)?		Насколько благожелательно Вы (те, кто выбрал ответы 3 – 5) относитесь к г. Санкт-Петербург?	
1. Никогда не слышал		1. Очень плохо	
2. Что-то слышал		2. Не очень хорошо	
3. Мало знаю		3. Безразлично	
4. Знаю довольно хорошо		4. Довольно благожелательно	
5. Знаю очень хорошо		5. Очень благожелательно	

Задание 2.

Проанализируйте территорию как объект изучения различных дисциплин, сформулируйте предметную область для следующих наук: экономическая

теория, государственное регулирование экономики, региональная экономика и управление, экономика города, основы социального прогнозирования, социально-экономическая политика, городское управление, муниципальное хозяйство, система государственного и муниципального управления.

Задание 3.

Обоснуйте необходимость маркетингового мышления у современного государственного и муниципального служащего. Поясните, в чем оно (маркетинговое мышление) состоит и каким образом его можно «сформировать».

Задание 4.

Приведите примеры типов продуктов, предлагаемых коммерческими предприятиями (организациями) и органами государственной власти. Результаты представьте в виде следующей таблицы:

Тип продукта	Коммерческое предприятие (организация)	Орган государственной власти
Материальный товар	<i>Например, холодильник</i>	<i>Например, пенсионное удостоверение</i>
Услуга		
Мероприятие		
Люди		
Места		
Организации		
Информация		
Идеи		

Задание 5.

Проанализируйте «продукт» в государственном секторе (не менее 3-х) и его уровни. Результаты представьте в виде следующей таблицы:

Наименование ответственного государственного органа	Сущность продукта	Реальный продукт	Продукт с подкреплением
<i>Например, ВУЗ</i>	<i>Образование</i>	<i>Занятия</i>	<i>Спец. занятия по русскому языку для студентов-иностранцев</i>
...			
...			

Задание 6.

Исходя из теории макросегментации, установите какие характеристики конкретной территории (на примере города или района города) наиболее значимы для следующих групп потребителей в маркетинге территории и определите, какие из этих характеристик и для каких групп потребителей являются общими. Результаты представьте в виде следующей матрицы:

Постоянное проживание/осуществление деятельности	Частные лица	Временное проживание/осуществление деятельности
---	---------------------	--

**Организации,
предприятия,
ИЧП (бизнес-
сообщество)**

Другой вариант выполнения этого задания – в матрице рассмотреть иные группы потребителей, например: «Организации, предприятия, ИЧП (бизнес-сообщество)» и «Некоммерческие организации» или «Частные лица» и «Некоммерческие организации». Результаты также представить в виде матрицы.

Задание 7.

Оцените ожидания разных групп потребителей, выделив наиболее значимые характеристики (не менее 4-х) территориального продукта (к примеру, природные ресурсы территории, менеджмент, инфраструктура и пр.) определенной территории (города или МО – по выбору бакалавра). Результаты представьте в виде следующей таблицы:

Характеристики территориального продукта	Частные лица	Коммерческие организации	Некоммерческие организации
1.			
2.			
3.			
4.			

Задание 8. Определите круг целевых клиентов туристического рынка ... (на примере города, МО или субъекта РФ), основываясь на аудите местных

достопримечательностей. Используйте для этих целей сегментационные переменные для туристического рынка в виде следующей таблицы:

Что вызывает интерес	Виды рынков	Характеристики клиентов	Преимущества
1. Река/озеро/море, солнце, лыжи 2. Красота природы/безлюдье 3. Оздоровительный отдых 4. Культура/история 5. Мероприятия/спорт 6. Тематические парки 7. Условия/гостиницы/рестораны 8. Уникальные товары (вино, водка, одежда, часы, живопись...)	1. Ближнее зарубежье 2. Дальнее зарубежье 3. В своей стране 4. Региональные 5. Местные 6. Сезонные/круглогодичные 7. Язык	1. Возраст 2. Доход 3. Семьи 4. Одиночки 5. Профессионалы 6. Стиль жизни 7. Этнические/религиозные группы	1. Цена 2. Удобство 3. Качество 4. Питание 5. Сервис 6. Материальная база 7. Транспорт

Задание 9.

Проанализируйте Стратегию социально-экономического развития г. Укажите, какие перспективные направления деятельности (положения Стратегии) города соответствуют условиям согласованного достижения целей в целом, а какие – противоречат или препятствуют. Разработайте предложения по коррекции таких положений в Стратегии социально-экономического развития города.

Задание 10.

Определив набор «жестких» (экономических) и «мягких» (неэкономических) факторов привлекательности территории (не меньше 5), проанализируйте их изменение на разных иерархических уровнях (на уровне субъекта РФ и МО или на уровне МО и небольшого населенного пункта – по выбору бакалавра). Результаты представьте в виде следующей таблицы:

Наименование субъекта РФ,		Наименование МО,	
«Жесткие» факторы привлекательности	«Мягкие» факторы привлекательности	«Жесткие» факторы привлекательности	«Мягкие» факторы привлекательности
Экономическая стабильность	Качество жизни	Налоговые льготы для инновационных предприятий	Высокое качество окружающей среды, ...

Вопросы для промежуточной аттестации

1. Объект и предмет маркетинга территорий
2. Характеристика исторических этапов развития маркетинга
3. Маркетинг в территориальном управлении
4. Правовое обеспечение маркетинга
5. Некоммерческий (социальный) маркетинг: сущность и отличительные черты
6. Маркетинг в государственном управлении
7. Маркетинг территорий
8. Субъекты маркетинга территорий
9. Внутренняя среда территории
10. Внешняя среда территории
11. Территориальный продукт: сущность, уровни и жизненный цикл
12. Цена территориального продукта. Денежные и неденежные стимулы и антистимулы
13. Месторасположение территориального продукта
14. Продвижение территориального продукта
15. Потребители ресурсов и общественных благ территории. Факторы влияния и воздействие на поведение: группа 1 – Индивидуальные различия
16. Потребители ресурсов и общественных благ территории. Факторы влияния и воздействие на поведение: группа 2 – Влияние внешней среды
17. Потребители ресурсов и общественных благ территории. Факторы влияния и воздействие на поведение: группа 3 – Психологические процессы
18. Конкуренция, конкурентоспособность и сотрудничество территорий
19. Конкурентные преимущества территории
20. Макросегментация в маркетинге территорий
21. Микросегментации в маркетинге территорий
22. Позиционирование и дифференциация территории
23. Деловые стратегии территории: «портфельная» стратегия
24. Деловые стратегии территории: стратегия роста
25. Деловые стратегии территории: конкурентная стратегия
26. Методы маркетинга территорий: имиджевый маркетинг, маркетинг привлекательности, инфраструктурный маркетинг, маркетинг людей
27. Методы развития территорий: развитие социальной сферы, улучшение городской среды, экономическое развитие, стратегическое рыночное планирование
28. Стратегии улучшения территорий: самобытность территории, территория как отлаженная среда, территория как поставщик услуг
29. Стратегии улучшения территорий: территория как зоны отдыха и развлечения

30. Имидж места и его измерение
31. Инструменты формирования имиджа места
32. Продвижение имиджа места и его посланий
33. Бренд территории
34. Маркетинг страны и его особенности

4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Оценивание знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций осуществляется путем проведения процедур текущего контроля и промежуточной аттестации в соответствии с Положением университета о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам бакалавриата и программам магистратуры.

Текущий контроль проводится на занятиях в течение семестра

Оценочные средства текущего контроля:

- Устный опрос;
- Ситуационные задания.

Промежуточная аттестация

Оценочные средства промежуточной аттестации:

- экзамен в устной форме.

Шкала оценивания:

Оценка **«отлично»** (*при отличном (продвинутом) усвоении*) выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения задач;

Оценка **«хорошо»** (*хорошем (углубленном) усвоении*) если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения;

Оценка **«удовлетворительно»** (*при неполном (пороговом) усвоении*) если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении работ;

Оценка **«неудовлетворительно»** (*при отсутствии усвоения (ниже порогового)*) который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет работы.