

Автономное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования Ленинградской области  
«Государственный институт экономики, финансов, права и технологий»



## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПО ДИСЦИПЛИНЕ «РЕГИОНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ»**

Направление подготовки  
38.04.01 – Экономика  
(уровень магистратуры)

Направленность (профиль) образовательной программы  
Региональная экономика

Форма обучения  
Очная

Гатчина  
2018

Рабочая программа по дисциплине «Региональный маркетинг» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (далее ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.04.01 – Экономика направленность (профиль) образовательной программы – региональная экономика

Уровень магистратуры

Организация-разработчик: АОУ ВО ЛО «Государственный институт экономики, финансов, права и технологий»

Разработчик: к.ф.-м.н., ст. преподаватель кафедры национальной экономики и организации производства Коломенский Г.А.

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры национальной экономики и организации производства «27» августа 2018 г. Протокол № 1.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой



/ Селиванова Л.А.

Руководитель ОП



/ Селиванова Л.А.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Пояснительная записка .....	4
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы .....	5
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы .....	5
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся .....	6
5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	6
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине .....	7
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине .....	8
7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы .....	8
7.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы .....	9
7.3. 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 .....	11
7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций .....	13
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы по дисциплине	14
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины .....	15
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) .....	15
11. Перечень информационных технологий, профессиональных баз данных, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.....	20
12. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю) .....	21

## 1. Пояснительная записка

Изучение дисциплины «Региональный маркетинг» предусмотрено в составе факультативных дисциплин учебного плана магистратуры по направлению «Экономика» (магистерская программа «Региональная экономика»)(ФТД.01)

Формирование экономики знаний, ускорение темпов изменений, развитие глобализационных процессов ведут к необходимости использования в государственном и муниципальном управлении методов, инструментов и подходов, доказавших свою эффективность как в коммерческом секторе, так и в госсекторе развитых стран, к которым следует отнести территориальный маркетинг.

Развитие психотехнологий, широкое внедрение сети интернет в повседневную жизнь людей позволяют с минимальными затратами добиться требуемого изменения поведения целевых групп населения и потенциальных потребителей с целью повышения качества государственного и муниципального управления. По мере ослабления ограничений, связанных с различиями в законодательстве различных государств, регионы попадают в условия жесткой борьбы за ресурсы, наиболее важным из которых является формирование предпочтений целевых групп потенциальных потребителей и партнеров. Именно региональный маркетинг способен помочь в решении вышеуказанных проблем.

Целью дисциплины «Региональный маркетинг» является выработка у магистрантов знаний, умений и компетенций в отношении особенностей применения методов и приемов маркетинга при оптимизации управления развитием территории.

Задачами изучения дисциплины являются:

- обучение современным концепциям маркетинга в процессе управления территорией;
- расширение представлений магистрантов об инструментах регионального маркетинга, применяемых в России и за рубежом;
- получение магистрантами навыков по позиционированию территории;
- выработка умений по формированию интегрированных маркетинговых коммуникаций как важнейшей основы продвижения территорий;
- обучение магистрантов методам оценки альтернативных вариантов маркетинговых решений при формировании маркетинговых стратегий территории

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина «Региональный маркетинг» участвует в формировании компетенции ПК-3- способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой.

ПК-3 - способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	<p><b>Знать:</b> основные понятия маркетинга, инструменты и модели маркетинга территорий, М. Портера, особенности позиционирования регионов</p> <p><b>Уметь:</b> формировать инструменты комплекса маркетинга территорий, проводить STEP и SWOT-анализ, осуществлять исследования целевых рынков</p> <p><b>Владеть:</b> навыками определения эффективности программы маркетинговых коммуникаций территории</p>
---	--

## 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина ФТД.01 «Региональный маркетинг» относится к блоку факультативных дисциплин для подготовки студентов магистерской программы по направлению подготовки 38.04.01 – «Экономика» (магистерская программа «Региональная экономика»).

Шифр компетенции	Предшествующие дисциплины учебного плана, в которых осваивается компетенция	Последующие дисциплины учебного плана, в которых осваивается компетенция
ПК-3	<p>Теория пространственного и регионального развития</p> <p>Проблемы управления человеческим капиталом в регионе</p> <p>Научно-исследовательская работа</p>	<p>Современные проблемы земельных отношений/ Экономика сельских регионов</p> <p>Преддипломная практика</p>

**4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Общая трудоемкость освоения учебной дисциплины «Региональный маркетинг» составляет 2 зачетные единицы или 36 часа.

Семестр		2
Всего часов/з.ед		36/2
Аудиторная работа	Лекции	4
	Практич. занятия	10
Самостоятельная работа		13
Форма контроля (конт.раб/самост.раб)	Зачет	0,25/8,75

**5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

№	Наименование раздела дисциплины (тема)	Трудоемкость				Содержание
		всего	лекции	практич. занятия	самост. работа	
1.	Теоретические основы регионального маркетинга	10	2	3	5	Цель функции, основные принципы регионального маркетинга. Позиционирование регионов, роль территориального маркетинга в повышения эффективности регионального развития. Стратегические аспекты регионального маркетинга. Комплекс маркетинговых коммуникаций в территориальном маркетинге.
2.	Стратегические направления регионального маркетинга	8	1	3	4	Инструменты регионального маркетинга. STEP- и SWOT-анализ. Анализ целевых рынков. Основные стратегии маркетинга территорий.

3	Инструменты интернет-маркетинга территорий	9	1	4	4	Интернет-маркетинг как инструмент управления территорией, принципы и задачи интернет-маркетинга. Инструменты интернет-маркетинга. Экономическая целесообразность использования интернет-маркетинга в процессе управления развитием территории. Ограничения в использовании ресурсов Интернет при осуществлении территориального маркетинга.
Зачет		9		0,25	8,75	
Итого		36	4	10,25	21,75	

## 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

№	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость, ак. часы	Форма контроля
1.	Проработка теоретического материала по конспектам лекций, рекомендованной литературе, дополнительным источникам информации на основе вопросов для самостоятельного изучения	6	Консультация преподавателя, устное собеседование
2.	Подготовка к практическим занятиям: поиск необходимой информации, обработка информации, подготовка рефератов (презентаций)	7	Представление информации в обработанном виде
3.	Подготовка к промежуточной аттестации (вопросы к зачету)	8,75	Собеседование, тестирование

Для самостоятельной работы по дисциплине (модулю) обучающиеся используют следующее учебно-методическое обеспечение:

1. Арженовский И. В. Маркетинг регионов: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям "Менеджмент" и "Экономика" / Арженовский И. В. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 135 с.: ЭБС Знаниум <http://znanium.com/bookread2.php?book=457546>
2. Территориальный маркетинг: теория и практика: учебник / Т. В. Сачук. — М.: ИНФРА-М, 2018. — 583 с. ЭБС Знаниум <http://znanium.com/bookread2.php?book=939550>
3. Фонд оценочных и методических материалов по дисциплине «Региональный маркетинг»

## **7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

### **7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы**

Процесс изучения дисциплины «Управление конкурентоспособностью в регионе» направлен на формирование компетенции ПК-3 - способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой.

#### **ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ**

1 этап	2 этап	3 этап	4 этап
Теория пространственного и регионального развития (1)	<b>Региональный маркетинг (2)</b>	Современные проблемы земельных отношений (3) / Экономика сельских регионов (3)	Преддипломная практика (4)
Проблемы управления человеческим капиталом в регионе (1)			
Научно-исследовательская работа (1)			



## 7.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Шкала оценивания	Компетенции	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения			
			Оценка «не зачтено» (0-54 баллов)	Оценка «зачтено» (55-69 баллов)	Оценка «зачтено» (70- 84 балла)	Оценка «зачтено» (85- 100 баллов)
2 этап						
Описание показателей и критериев оценивания компетенций	ПК-3	<b>Знать:</b> основные понятия маркетинга, инструменты и модели маркетинга территорий, М. Портера, особенности позиционирования регионов	Не знает: основных понятий маркетинга, инструментов и моделей маркетинга территорий, М. Портера, особенностей позиционирования регионов	Демонстрирует частичные знания без грубых ошибок: основных понятий маркетинга, инструментов и моделей маркетинга территорий, М. Портера, особенностей позиционирования регионов	Знает достаточно в базовом объеме: основные понятия маркетинга, инструменты и модели маркетинга территорий, М. Портера, особенности позиционирования регионов	Демонстрирует высокий уровень знаний: основных понятий маркетинга, инструментов и моделей маркетинга территорий, М. Портера, особенностей позиционирования регионов
		<b>Умения:</b> формировать инструменты комплекса маркетинга территорий, проводить STEP и SWOT-анализ, осуществлять исследования целевых рынков	Не умеет или демонстрирует частичные умения, допуская грубые ошибки: при попытках формировать инструменты комплекса маркетинга территорий, проводить STEP и SWOT-анализ,	Демонстрирует частичные умения без грубых ошибок: при попытках формировать инструменты комплекса маркетинга территорий, проводить STEP и SWOT-анализ,	Умеет применять на практике в базовом объеме: умения формировать инструменты комплекса маркетинга территорий, проводить STEP и SWOT-анализ, осуществлять	Демонстрирует высокий уровень умений: при формировании инструментов комплекса маркетинга территорий, проведении STEP и SWOT-анализа, осуществленииисследованияцелевыхрынков

			осуществлять исследования целевых рынков.	осуществлять исследования целевых рынков.	исследования целевых рынков	
		<b>Навыки:</b> определения эффективности программы маркетинговых коммуникаций территории	Не владеет или демонстрирует низкий уровень владения: навыками определения эффективности программы маркетинговых коммуникаций территории	Демонстрирует частичные владения без грубых ошибок навыками определения эффективности программы маркетинговых коммуникаций территории	Владеет базовыми навыками и приемами определения эффективности программы маркетинговых коммуникаций территории	Демонстрирует владение на высоком уровне: навыками определения эффективности программы маркетинговых коммуникаций территории

**7.3. 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**

**Типовые билеты для проведения зачета**

<p>ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ, ПРАВА И ТЕХНОЛОГИЙ</p> <p><b>Кафедра национальной экономики и организации производства</b></p> <p><b>БИЛЕТ № 1</b></p> <p><u>По дисциплине «Региональный маркетинг»</u></p> <p><u>Теоретический вопрос:</u> Итоговый тест (Вариант №1)</p> <p><u>Практико-ориентированное задание:</u> Сформулируйте 10 причин начать бизнес в Ленинградской области</p> <p>Зав.кафедрой национальной экономики и организации производства</p> <p>к.э.н., ст.н.с. Селиванова Л.А.</p> <p>_____</p> <p>(подпись)</p>
<p>ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ, ПРАВА И ТЕХНОЛОГИЙ</p> <p><b>Кафедра национальной экономики и организации производства</b></p> <p><b>БИЛЕТ № 2</b></p> <p><u>По дисциплине «Региональный маркетинг»</u></p> <p><u>Теоретический вопрос:</u> Итоговый тест (Вариант №2)</p> <p><u>Практико-ориентированное задание:</u> Перечислите субъекты территориального маркетинга. Какие они играют ролив развитии территории?</p> <p>Зав.кафедрой национальной экономики и организации производства</p> <p>к.э.н., ст.н.с. Селиванова Л.А.</p> <p>_____</p> <p>(подпись)</p>

## Типовое задание итогового теста

### 1 Что входит в понятие комплекс маркетинга территорий?

- a) территориальный продукт и его цена;
- b) организация маркетинговой деятельности в управлении территорией;
- c) территориальный продукт, его цена, локализация и продвижение территориально продукта;
- d) средства коммуникации.

### 2 Что такое региональный маркетинг?

- a) это маркетинг, присущий данному региону и базирующийся на ее специфических чертах, особенностях;
- b) это международный маркетинг, маркетинг во внешней торговле;
- c) это маркетинг в интересах региона и региональных субъектов, осуществляемый как в ее пределах, так и за ее пределами;
- d) это самостоятельный вид маркетинга, когда объектом изучения и управленческого воздействия становится такой специфический объект, как территория.

### 3 Основными субъектами регионального маркетинга являются:

- a) органы власти и управления региона;
- b) уполномоченные организации и службы, которые прямо или косвенно влияют на решение вопросов обеспечения жизнедеятельности;
- c) все категории жителей данной территории;
- d) инвесторы.

### 4 Основными объектами территориального маркетинга являются:

- a) инвесторы;
- b) жители данной территории;
- c) органы власти;
- d) коммерческие и некоммерческие организации;
- e) частные лица.

### 5 Что такое имидж территории?

- a) сумма убеждений, представлений и впечатлений людей в отношении территории;
- b) преимущественно эмоциональные представления о стране, базирующиеся на собственном опыте и мнении других людей;
- c) совокупность значений международных рейтингов страны в политических, экономических и социальных отношениях;
- d) совокупность черт, популяризируемых страной в своих отношениях с другими странами

### 6 Дайте определение

а) Интернет-маркетинг территории - это деятельность по формированию электронной информационно-коммуникационной диалоговой среды,

б) по усилению и адресному продвижению привлекательных внутренних условий, преимуществ территории и повышения интереса к ресурсам территории.

#### **7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

В ГИЭФПТ для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности используется бально-рейтинговая система. Под бально-рейтинговой системой понимается система количественной оценки качества освоения ОП ВО. При этом изучаемая дисциплина делится на ряд самостоятельных, логически завершенных разделов (модулей) для проведения по ним контрольных мероприятий.

Текущий контроль представляет собой проверку усвоения учебного материала теоретического и практического характера, регулярно осуществляемую на протяжении семестра. К достоинствам данного метода относится его систематичность, непосредственно коррелирующая с требованием постоянного и непрерывного мониторинга качества обучения, а также возможность бально-рейтинговой оценки успеваемости обучающихся. К основным формам текущего контроля (текущей аттестации) можно отнести устный опрос, письменные задания, лабораторные работы, контрольные работы.

Промежуточная аттестация, как правило, осуществляется в конце семестра и может завершать изучение как отдельной дисциплины, так и ее раздела (разделов) /модуля (модулей). Промежуточная аттестация помогает оценить более крупные совокупности знаний и умений, в некоторых случаях – даже формирование определенных профессиональных компетенций. Достоинства: помогает оценить более крупные совокупности знаний и умений, в некоторых случаях – даже формирование определенных профессиональных компетенций. Основные формы: зачет и экзамен. Текущий контроль и промежуточная аттестация традиционно служат основным средством обеспечения в учебном процессе «обратной связи» между преподавателем и обучающимся, необходимой для стимулирования работы обучающихся и совершенствования методики преподавания учебных дисциплин.

По результатам промежуточной аттестации студенту засчитывается трудоемкость дисциплины в зачетных единицах, выставляется дифференцированная оценка в принятой вузе системе баллов, характеризующая качество освоения студентом знаний, умений и навыков по этой дисциплине.

<b>УРОВНИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>			
	Минимальный	Основной	Продвинутый
<i>Баллы</i>	60-69	70-84	85-100
<i>Оценка</i>	Зачтено		

Оценка «зачтено» (более 60 баллов) ставится, если обучающийся освоил программный материал всех разделов, знает отдельные детали, последователен в изложении программного материала, владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий.

Оценка «незачтено» (менее 60 баллов) ставится, если обучающийся не знает отдельных разделов программного материала, непоследователен в его изложении, не в полной мере владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий.

## **8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы по дисциплине (модулю)**

### **а) нормативные правовые акты**

1. «Об Основных положениях региональной политики в Российской Федерации». Указ Президента РФ от 03.06.1996 №803 // «Российская газета», №109, 11.06.1996.
2. «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Региональная политика и федеративные отношения». Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 №307 // «Собрание законодательства РФ», 05.05.2014, №18 (часть I), ст. 2153
3. «О Концепции социально-экономического развития Ленинградской области на период до 2025 года». Областной закон Ленинградской области от 28.06.2013 №45-оз // Официальный интернет-портал Администрации Ленинградской области <http://www.lenobl.ru>, 02.07.2013.

### **б) основная литература:**

1. Арженовский И. В. Маркетинг регионов: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям "Менеджмент" и "Экономика" / Арженовский И. В. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 135 с.: ЭБС Знаниум <http://znanium.com/bookread2.php?book=457546>
2. Васильева Ю. П. Территориальный муниципальный маркетинг. учебное пособие / Ю. П. Васильева; ГОУ ВПО «Башк. акад. гос. службы и упр. при Президенте Респ. Башкортостан». - Уфа: ГОУ ВПО «БАГСУ», 2011. - 89 с.

#### **в) дополнительная литература:**

1. Маркетинг и современность: Монография / С.В. Карпова, С.П. Азарова, А.А. Арский; Под общ. ред. С.В. Карповой. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 267 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=446575>
2. Территориальный маркетинг: теория и практика : учебник / Т.В. Сачук. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 583 с. ЭБС Знаниум <http://znanium.com/bookread2.php?book=939550>

### **9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru>
2. Официальный сайт РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера). [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rbc.ru>
3. Официальный сайт компании Консультант плюс. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru/>
4. Федеральный правовой портал Юридическая Россия. [Электронный ресурс]. URL: <http://law.edu.ru>.
5. Официальный сайт Президента РФ. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kremlin.ru>
6. Официальный сайт Правительства Российской Федерации. [Электронный ресурс]. URL: [www.government.ru](http://www.government.ru)
7. Официальный сайт Государственной Думы Российской Федерации. [Электронный ресурс]. URL: [www.duma.gov.ru](http://www.duma.gov.ru)

### **10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Самостоятельная подготовка обучающихся проводится для углубления и закрепления знаний, полученных на лекциях и других видах занятий, для выработки навыков самостоятельного применения новых, дополнительных знаний и подготовки к предстоящим учебным занятиям, зачету.

Важным условием успешного изучения дисциплины является посещение лекций. Под посещением подразумевается не форма пассивного присутствия, а активная работа по изучению нового материала. Подготовка к лекционным занятиям включает в себя анализ предлагаемых для изучения вопросов, изучение нормативных источников и учебной и научной литературы по рассматриваемым вопросам лекции. В процессе лекции обучающийся может задавать уточняющие вопросы, осуществить взаимосвязь нового материала с уже изученным, подготовить базу для эффективного использования

полученных знаний, облегчить подготовку к практическому занятию. Эффективным способом фиксации лекционного материала является конспектирование, представляющее собой не только фиксацию важнейших моментов лекции, но и указание примеров для понимания того или иного теоретического материала.

При подготовке к практическому занятию необходимо использовать конспектированные материалы лекций, учебную и научную литературу. Подготовка ответов по выносимым на обсуждение вопросам практического занятия включает в себя не только прочтение материала, но и его анализ и критическую оценку. Обучающемуся следует выявить малоизученные аспекты рассматриваемых вопросов, проявить инициативу при подготовке к практическому занятию.

При подготовке к практическим занятиям и зачёту рекомендуется систематизировать знания, изображая их в табличном, графическом или схематичном виде. Это позволит установить взаимосвязь изучаемых явлений, упростит задачу запоминания материала, облегчит процесс практического применения полученных знаний.

Задачей практических занятий является выработка умения использовать теоретические знания, проявить наличие практических навыков. При подготовке к практическому занятию следует заблаговременно обеспечить наличие необходимо для данного занятия материала, самостоятельно повторить ранее изученные темы.

Для успешного освоения дисциплины важным является умение работать с терминами и их определениями. Для работы с терминологией эффективным является использование как учебной и научной литературы, так и словарей.

Работа с терминами может осуществляться как в форме составления собственных тематических словариков для удобства и скорости поиска необходимого термина. С этой целью необходимо каждый новый встречающийся термин записывать и во время подготовки к практическим занятиям указывать соответствующее определение. В случае возникновения сложности выбора определения из имеющегося объема в рамках научного знания необходимо задавать вопросы преподавателю в рамках лекционных и практических занятий.

При подготовке к тестированию необходимо изучить теоретический и практический материал. Тестовые задания (с перечнем возможных вариантов ответов, среди которых хотя бы один ответ является неверным) обеспечивают структурность мышления, вынужденного выбрать из предложенных вариантов ответ все правильные варианты. Тестовые задания на установления соответствия подразумевают необходимость проявления не только знания учебного материала, но и умения применять правила формальной логики. Тестовые задания на упорядочение направлены на установление логической последовательности рассматриваемых явлений (времени



существования явлений, расположения структурных элементов документов и т.п.).

Эффективным способом для подготовки к тестированию является работа обучающегося по решению тестовых заданий, предоставленных для самостоятельной работы. Также при подготовке к такой форме контроля знаний, как решение тестовых заданий, следует самостоятельно попытаться проработать рассматриваемые в дисциплине вопросы в форме составления тестовых заданий.

При подготовке презентации к докладу необходимо обратить внимание на следующее. Слайды презентации должны содержать основные тезисы доклада. Рекомендуется не использовать большое количество текстовой информации, так как это затрудняет чтение и восприятие. Графики и таблицы должны иметь заголовки и номера, в них указываются единицы измерения. Текст доклада составляется таким образом, чтобы он раскрывал тезисы презентации, но не повторял их полностью.

Самостоятельная работа студентов - способ активного, целенаправленного приобретения студентом новых для него знаний и умений без непосредственного участия в этом процессе преподавателей.

Самостоятельная работа студентов является обязательным условием, которое должно быть соблюдено для достижения проектируемых результатов обучения.

Контроль самостоятельной работы и оценка ее результатов организуется как единство двух форм: самоконтроль и самооценка студента; контроль и оценка со стороны преподавателей.

Самостоятельная работа должна привить у студентов навыки и умение работать с научной, периодической литературой и другими материалами.

В начале работы с любыми информационными материалами необходимо выписать библиографические сведения, то есть фамилию автора, точное заглавие книги (название статьи), наименование издательства, год и номер издания. Эти общие сведения нужны как библиографическая справка при ссылке на источник информации при цитировании.

При выполнении индивидуального исследовательского задания необходимо продумать и составить программу исследования.

Читая информационный материал по заданной теме, следует внимательно изучать научно-справочный аппарат (сноски, примечания, приложения) с целью выхода на другие источники (книги, статьи), осмыслить положения выдвигаемые автором по выбранному вопросу. Важно выявить спорные точки зрения, существующие по рассматриваемой проблематике. Таким образом, при анализе изучаемой литературы рекомендуется придерживаться следующей схемы:

1. Автор, название работы, год издания;
2. Цель работы, которую ставит автор;

3. Основные положения, выдвигаемые автором;
4. Какие спорные точки зрения существуют по рассматриваемым вопросам;
5. Содержание основных понятий;
6. Система доказательств;
7. Выводы автора по теме.

Наиболее полные результаты при подборе материалов дает изучение различных библиографических изданий, специальных монографий, журнальных статей по различной тематике.

Самостоятельная внеаудиторная работа предусматривает сбор, обработку и изучение документов и материалов (в библиотеках, в электронных поисковых системах и т.п.), необходимых для выполнения соответствующих заданий по дисциплине.

Цель самостоятельной работы обучающегося – научить осмысленно и самостоятельно работать сначала с учебным материалом, затем с научной информацией, заложить основы самоорганизации и самовоспитания с тем, чтобы привить умение в дальнейшем непрерывно повышать свою квалификацию.

Самостоятельная работа рассматривается в двух аспектах:

- ☐ это организуемая самим обучающимся учебная деятельность, мотивируемая его собственными познавательными потребностями, в рациональное с его точки зрения время и контролируемая им самим;
- ☐ это самостоятельное выполнение разработанного преподавателем учебного задания обучающимися в специально отведенное для этого время, опосредованное управлением (контролем) со стороны преподавателя.

К функциям самостоятельной работы относятся:

- ☐ Развивающая;
- ☐ Информационно-обучающая;
- ☐ Ориентирующая и стимулирующая;
- ☐ Воспитывающая;
- ☐ Исследовательская.

Задачи самостоятельной работы обучающихся: систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений; углубление и расширение теоретических знаний; развитие познавательных способностей и активности обучающихся: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности; формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации; развитие исследовательских умений; использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий на практических занятиях, для эффективной подготовки к зачёту.

Интерактивные формы проведения занятий по дисциплине «Стратегическое региональное планирование» включают в себя следующие виды занятий:

- интерактивные лекции, предполагают использование метода проблемного изложения. При таком подходе лекция становится похожей на диалог, преподавание имитирует исследовательский процесс (выдвигаются первоначально несколько ключевых постулатов по теме лекции, изложение выстраивается по принципу самостоятельного анализа и обобщения студентами учебного материала). Эта методика позволяет заинтересовать студента, вовлечь его в процесс обучения. Противоречия научного познания раскрываются посредством постановки проблемы. Учебная проблема и проблемная ситуация являются основными структурными компонентами проблемного обучения. Перед началом изучения определенной темы курса ставится перед студентами проблемный вопрос или дается проблемное задание. Стимулируя разрешение проблемы, преподаватель снимает противоречия между имеющимся ее пониманием и требуемыми от студента знаниями. Эффективность такого метода в том, что отдельные проблемы могут подниматься самими студентами. Главный успех данного метода в том, что преподаватель добивается от аудитории «самостоятельного решения» поставленной проблемы. Организация проблемного обучения представляется достаточно сложной, требует значительной подготовки лектора. Однако на начальном этапе использования этого метода его можно внедрять в структуру готовых, ранее разработанных лекций, практических занятий как дополнение.

- групповые дискуссии, применяются для обеспечения навыков командной работы и межличностной коммуникации и представляют собой оценочное средство, позволяющее включить обучающихся в процесс обсуждения представленной темы, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Групповые дискуссии используются при оценке обучающимися подготовленных докладов, проектов статей а также в процессе коллективного обсуждения результатов выполнения индивидуальных творческих заданий.

Оценочные и методические материалы по дисциплине представлены в ФОММ.

При подготовке к зачёту следует иметь в виду, что он является итоговой формой контроля по изучению данной учебной дисциплины. Зачет подразумевает максимальную концентрацию знаний и умений, предполагающих полное изучение материала дисциплины.

Зачёт проводится в форме устного собеседования по вопросам и итогам выполнения практико-ориентированного задания, либо тестирования.

Решение преподавателя об итоговой оценке принимается по результатам устного ответа и выполненного практического задания, либо тестирования в зависимости от шкалы оценки.

Работа с печатными изданиями предполагает изучение современной научной литературы, практики управления, поэтому рекомендуется работать в электронных библиотечных системах, кроме того, целесообразно изучить статьи в специальных периодических изданиях. Также можно использовать материалы официальных сайтов органов государственного и муниципального управления, находящиеся в открытом доступе сети Internet. Полезно учитывать, что многие справочные правовые системы содержат не только текст нормативных актов, но и научные статьи по различным вопросам (например, СПС «Консультант Плюс»). Одновременно следует обратить свое внимание на публичные библиотеки, предоставляющие возможность доступа к электронным версиям печатных источников.

**11. Перечень информационных технологий, профессиональных баз данных, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

Программное обеспечение:

- 1) Операционная система (Microsoft Windows XP, 7, 8.X *Проприетарная*);
- 2) Пакет офисных программ Microsoft Office Professional 7 (MS Word, MS Excel, MS Power Point, MS Access *Проприетарная*);
- 3) Программное обеспечение для просмотра электронных документов в стандарте PDF (Foxit Reader *GNU Lesser General Public License*);
- 4) Web-браузер (Mozilla Firefox *GNU Lesser General Public License*);

Информационные справочные системы:

- 1) Автоматизированная информационная библиотечная система Marc21SQL;
- 2) Справочно-правовая система «Консультант Плюс»

## 12. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

№ п/п	Наименование	Количество
1.	Специализированные аудитории:	
	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	1
2.	Технические средства обучения:	
	Доска аудиторная	1
	Экран настенный	1
	Персональный компьютер	1
	Проектор	1
3.	Специализированные аудитории:	
	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации / компьютерный класс / помещение для самостоятельной работы	1
4.	Технические средства обучения:	
	Доска аудиторная	1
	персональный компьютер с доступом к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду	17

Пронумеровано и  
прошито 11 листов

Зав. УМО

