

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»  
Институт экономики, управления и сервиса  
Кафедра управления, сервиса и туризма

УТВЕРЖДАЮ:  
Директор института



Е. Ю. Меркулова  
«23» июня 2023 г.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

по дисциплине Б1.В.ДВ.05.2 Конкурентное развитие территорий

Направление подготовки/специальность: 07.03.04 - Градостроительство

Профиль/направленность/специализация: Управление и планирование  
градостроительства

Уровень высшего образования: бакалавриат

Квалификация: Бакалавр

год набора: 2022

Тамбов, 2023

**Автор программы:**

Кандидат экономических наук, доцент Беляев Алексей Викторович

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 07.03.04 - Градостроительство (уровень бакалавриата) (приказ Министерства образования и науки РФ от «08» июня 2017 г. № 511).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры управления, сервиса и туризма «14» июня 2023 г. Протокол № 10

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Института экономики, управления и сервиса, Протокол от «23» июня 2023 г. № 12.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП Бакалавриата.....	5
3. Объем и содержание дисциплины.....	5
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	7
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	17
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	19
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	19

## 1. Цели и задачи дисциплины

### 1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-5 Способен консультировать органы власти, готовить заключения и рекомендации по вопросам рационального выбора методов и инструментов управления городским развитием и контролировать их выполнение

### 1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- аналитический (предпроектный анализ)
- проектно-технологический (градостроительное проектирование)

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сфере: 10 Архитектура, проектирование, геодезия, топография и дизайн в сферах: градостроительного проектирования и урбанистики с учетом социальных, экономических, природных, инженерных факторов в виде проектов территориального планирования, генеральных планов поселений, градостроительного зонирования, планировки и застройки территории; градорегулирования или контроля за соблюдением правил землепользования и застройки с использованием информационных систем градостроительной документации, управления реализацией проектов, планов и программ

### 1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
	ПК-5 Способен консультировать органы власти, готовить заключения и рекомендации по вопросам рационального выбора методов и инструментов управления городским развитием и контролировать их выполнение	Способен использовать знания о составляющих конкурентоспособности территории, о факторах, способствующих росту конкурентных преимуществ территории для управления городским развитием

### 1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ПК-5 Способен консультировать органы власти, готовить заключения и рекомендации по вопросам рационального выбора методов и инструментов управления городским развитием и контролировать их выполнение

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения				
		Очная (семестр)				
		1	5	7	9	10
1	Основы муниципального управления	+				

2	Проектирование энергоэффективных зданий		+			
3	Стратегическое управление городской средой			+		
4	Территориальное планирование			+		
5	Технологическая (проектно-технологическая) практика					+
6	Управление инвестиционными проектами в градостроительстве				+	
7	Управление инновациями в градостроительстве			+		
8	Экономика и управление жилищным хозяйством			+		
9	Экономика и управление строительными организациями			+		

## 2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата:

Дисциплина «Конкурентное развитие территорий» относится к обязательной части учебного плана ОП по направлению подготовки 07.03.04 - Градостроительство.

Дисциплина «Конкурентное развитие территорий» изучается в 7 семестре.

## 3. Объем и содержание дисциплины

3.1. Объем дисциплины: 2 з.е.

Очная: 2 з.е.

Вид учебной работы	Очная (всего часов)
<b>Общая трудоёмкость дисциплины</b>	<b>72</b>
Контактная работа	32
Лекции (Лекции)	16
Практические (Практ. раб.)	16
Самостоятельная работа (СР)	40
Зачет	-

## 3.2. Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.			Формы текущего контроля
		Лек ции	Пра кт. раб.	СР	
		О	О	О	
7 семестр					

1	Конкуренция между территориями	4	4	10	Собеседование; Тестирование
2	Конкурентные преимущества территории	4	4	10	Собеседование; Опрос; Реферат
3	Методы развития территории	4	4	10	Собеседование; Тестирование
4	Роль брендинга в развитии территорий	4	4	10	Собеседование; Опрос; Кейс

### Тема 1. Конкуренция между территориями (ПК-5)

#### Лекция.

Конкуренция между территориями – это соперничество территорий друг с другом с целью привлечения к себе внимания потребителей территориального продукта, что выражается в притоке на территорию человеческих, финансовых, материальных, инновационных и других ресурсов. Понятие «конкурентоспособность» до сих пор окончательно не сформулировано. Однако, его экономический смысл во многом определяется тем смыслом, который вкладывается в понятие «конкуренция». В нашем случае конкурентоспособность – обладание территорией свойствами, дающими ей возможность осуществлять действия, которые позволят быть успешными в данном состязании.

#### Практическое занятие.

1. Конкуренция между территориями.
2. Понятие конкурентоспособности территорий.
3. Экономическая сущность конкурентоспособности территории.

#### Задания для самостоятельной работы.

1. Классификация территорий-конкурентов.
2. Факторы конкурентоспособности территорий.
3. Углубленное изучение материалов темы.

### Тема 2. Конкурентные преимущества территории (ПК-5)

#### Лекция.

Конкурентное преимущество – это внешняя оценка благ и ресурсов территории, которую дают непосредственные потребители. Это такие характеристики территории (ресурсы, блага, социальные характеристики), которые создают для территории определенное превосходство по сравнению с территориями, располагающими во многом подобными (порой аналогичными) ресурсами. За территорией признается конкурентное преимущество, если территория обладает определенным превосходством над сопоставимыми территориями, своими прямыми (основными) конкурентами.

#### Практическое занятие.

1. Понятие конкурентного преимущества.
2. Критерии оценки привлекательности территорий.
3. Качество менеджмента территорий.

#### Задания для самостоятельной работы.

1. Факторы привлекательности территории.
2. Этапы оценки конкурентных преимуществ.
3. Углубленное изучение материалов темы.

### Тема 3. Методы развития территории (ПК-5)

#### Лекция.

Существуют четыре основных метода развития территории: 1) развитие социальной сферы, 2) улучшение городской среды, 3) экономическое развитие, 4) стратегическое рыночное планирование.

#### **Практическое занятие.**

1. Развитие социальной сферы территории.
2. Улучшение городской среды.
3. Экономическое развитие территории.

#### **Задания для самостоятельной работы.**

1. Стратегическое рыночное планирование развития территории.
2. Смена поколений стратегического рыночного планирования развития территории.
3. Углубленное изучение материалов темы.

### **Тема 4. Роль брендинга в развитии территорий (ПК-5)**

#### **Лекция.**

Цель брендинга территории – сформировать положительный образ у пользователей и потребителей территориального образования. Бренд отличается элементами фирменного узнаваемого стиля. А сегодня это понятие применимо не только к товару, но и к определенной территории. Важно, что территориальное брендрование влияет на экономику, формирует привлекательного образ местности.

#### **Практическое занятие.**

1. Основная цель брендинга территорий.
2. Концепция конкурентной идентичности.
3. Факторы развития территориального брендинга в России.

#### **Задания для самостоятельной работы.**

1. Задачи, решаемые брендингом территорий.
2. Связь брендинга территории с инвестированием.
3. Углубленное изучение материалов темы.

### **4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства**

#### **4.1. Распределение баллов:**

7 семестр

- посещаемость – 10 баллов
- текущий контроль – 70 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов

#### **Распределение баллов по заданиям:**

№ те мы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Мах. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки

1.	Конкуренция между территориями	Собеседование	5	<p>5 баллов студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием градостроительной терминологии</p> <p>4 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием градостроительной терминологии</p> <p>3 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, но затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
		Тестирование(контрольный срез)	10	<p>Контрольный срез проводится в виде тестирования. За прохождение тестирования выставляются следующие баллы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 97 - 100% - 10 баллов;</li> <li>- 90 – 96% - 9 баллов</li> <li>- 80 – 89% - 8 баллов</li> <li>- 70 – 79% - 7 баллов</li> <li>- 60 – 69% - 6 баллов</li> <li>- 50 – 59% - 5 баллов</li> <li>- 40 – 49% - 4 балла</li> <li>- 30 – 39% - 3 балла</li> <li>- 20 – 29% - 2 балла</li> <li>- 10 – 19% - 1 балл</li> <li>- менее 10% - балл не начисляется.</li> </ul>
2.	Конкурентные преимущества территории	Собеседование	5	<p>5 баллов студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием градостроительной терминологии</p> <p>4 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием градостроительной терминологии</p> <p>3 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, но затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>



		Опрос	10	<p>10 баллов студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием градостроительной терминологии</p> <p>7 баллов - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием градостроительной терминологии</p> <p>4 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, но затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
		Реферат	15	<p>15-12 баллов - выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.</p> <p>11-8 баллов - основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.</p> <p>7-4 балла - имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.</p> <p>3-1 балла - тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.</p> <p>0 баллов - студент не предоставил реферат.</p>
		Собеседование	5	<p>5 баллов студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием градостроительной терминологии</p> <p>4 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием градостроительной терминологии</p> <p>3 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, но затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
3.	Методы развития территории			

		Тестирование(контрольный срез)	10	За прохождение тестирования выставаются следующие баллы: - 97 - 100% - 10 баллов; - 90 – 96% - 9 баллов - 80 – 89% - 8 баллов - 70 – 79% - 7 баллов - 60 – 69% - 6 баллов - 50 – 59% - 5 баллов - 40 – 49% - 4 балла - 30 – 39% - 3 балла - 20 – 29% - 2 балла - 10 – 19% - 1 балл - менее 10% - балл не начисляется.
4.	Роль брендинга в развитии территорий	Собеседование	5	5 баллов студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием градостроительной терминологии 4 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием градостроительной терминологии 3 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, но затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.
		Опрос	10	10 баллов студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием градостроительной терминологии 7 баллов - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием градостроительной терминологии 4 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, но затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.
		Кейс	15	15-12 баллов - изложение материала логично, грамотно, без ошибок, свободное владение профессиональной терминологией. 11-8 баллов - материал излагается грамотно, содержит профессиональную терминологию, но содержание и форма ответов имеют отдельные неточности. 7-4 балла - материал излагается неполно, непоследовательно, допускаются неточности в определении понятий, в требованиях к применению знаний для решения кейса. 3-1 балла - допущены ошибки в определении понятий, искажен смысл кейса, не ясен практико-ориентированный посыл решения кейса. 0 баллов – кейс не выполнен.
5.	Посещаемость		10	100%-я посещаемость занятий оценивается в 10 баллов, более 50% - оценивается в 5-9 баллов, менее 50% - 0 баллов

6.	Премияльные баллы	20	Дополнительные премияльные баллы могут быть начислены: - за проект, выполненный по заказу работодателя и реализованный на практике – 20 баллов; - постоянная активность во время практических занятий – 10 баллов; - полностью подготовленная к публикации статья по тематике в рамках дисциплины – 10 баллов; - участие с докладом во всероссийской олимпиаде по тематике изучаемой дисциплины – 20 баллов; - участие в выставке по тематике изучаемой дисциплины – 20 баллов; - публикация статьи по тематике изучаемой дисциплины в сборнике студенческих работ / материалах всероссийской конференции / журнале из перечня ВАК – 10 / 15 / 20
7.	Итого за семестр	100	

Итоговая оценка по зачету выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
50 - 100 баллов	Зачтено
0 - 49 баллов	Не зачтено

## 4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

### Кейс

#### Тема 4. Роль брендинга в развитии территорий

Город N имеет такие же проблемы, как и любой другой небольшой город в центре России. Он расположен не очень близко к столице, не очень близко к морю, далеко от гор, ничем не примечательный ландшафт; в старых кварталах есть красивые здания, но кому это нужно. По нему проходят шоссе общенационального значения. Можно сказать, что город N – не очень веселый город, где никто не хочет жить, жители в один прекрасный день, наверное, покинут его. Город имеет плохой имидж, как внутри, так и вовне.

Бюро по маркетингу провело исследования, в результате которого было выявлено, что:

- промышленники объединяют такие понятия, как «децентрализация» и «развитие»;
- работники трудолюбивы, не склонны к перемещению, неплохо устроены, несмотря на невысокую заработную плату; деревенское происхождение считают гарантией социального спокойствия;
- в городе нет ни высших, ни среднеспециальных учебных заведений, есть только пять среднепрофессиональных учебных заведений сельскохозяйственного направления; трудно найти квалифицированные кадры;
- жители города не уверены в перспективах своего города;
- плохо функционирует железная дорога.

Муниципалитет города N заинтересован в росте города и улучшении его имиджа за счет привлечения промышленников из столицы (промышленная децентрализация). Какие шаги следует предпринять для этого?

### Опрос

#### Тема 2. Конкурентные преимущества территории

##### 1. Факторы привлекательности территории.

2. Этапы оценки конкурентных преимуществ.

3. Углубленное изучение материалов темы.

#### Тема 4. Роль брендинга в развитии территорий

1. Задачи, решаемые брендингом территорий.

2. Связь брендинга территории с инвестированием.

3. Углубленное изучение материалов темы.

### Реферат

#### Тема 2. Конкурентные преимущества территории

1. Анализ качества менеджмента территорий.
2. Использование брендинга для конкурентного развития территорий.
3. Классификация территорий-конкурентов.
4. Конкуренция между территориями.
5. Концепция конкурентной идентичности территорий.
6. Критерии оценки привлекательности территорий.
7. Маркетинг территорий.
8. Определение конкурентного преимущества территорий.
9. Оценка конкурентоспособности территорий.
10. Развитие социальной сферы территории.
11. Развитие территории через её брендинг.
12. Связь брендинга территории с инвестированием.
13. Стратегическое рыночное планирование развития территории.
14. Стратегия развития конкурентных преимуществ территории.
15. Улучшение городской среды.
16. Факторы конкурентоспособности территорий.
17. Факторы привлекательности территории.
18. Факторы развития территориального брендинга в России.
19. Экономическая основа конкурентоспособности территории.
20. Экономическое развитие территории.

### Собеседование

#### Тема 1. Конкуренция между территориями

1. Конкуренция между территориями.
2. Понятие конкурентоспособности территорий.
3. Экономическая сущность конкурентоспособности территории.

#### Тема 2. Конкурентные преимущества территории

1. Понятие конкурентного преимущества.

2. Критерии оценки привлекательности территорий.

3. Качество менеджмента территорий.

### Тема 3. Методы развития территории

1. Развитие социальной сферы территории.

2. Улучшение городской среды.

3. Экономическое развитие территории.

### Тема 4. Роль брендинга в развитии территорий

1. Основная цель брендинга территорий.

2. Концепция конкурентной идентичности.

3. Факторы развития территориального брендинга в России.

## Тестирование

### Тема 1. Конкуренция между территориями

1. Конкретные маркетинговые исследования, нацеленные на анализ городской деловой среды, необходимы, чтобы:

а) оценить потенциал местного рынка с точки зрения того, что из местной продукции определяет завтрашний день города и что будут покупать здесь в первую очередь

б) изучить реакцию целевых групп населения на новые продукты и услуги, в том числе политического и социального характера

в) определить предприятия города и потенциальные сферы деятельности, которые представляют интерес для стратегических инвесторов

2. План продвижения города представляет собой:

а) привлечение в город новых частных фирм и поддержку деятельности существующих

б) систему действий, которые выявляют и поддерживают конкурентные преимущества города, способные сохраняться длительное время

в) создание в городе и популяризацию за его пределами делового центра

3. Главная цель муниципального маркетинга:

а) формирование положительного имиджа муниципального образования

б) расширение участия муниципального образования и его субъектов в реализации международных, региональных программ за его пределами

в) активизация социально-экономического развития муниципального образования

4. Объектом маркетинга на (внутри) территории является:

а) отношения по поводу конкретных товаров и услуг

б) территория в целом

в) социально-экономические процессы

5. Стратегия территориальной конкуренции должна быть направлена на:

а) оптимальное сочетание политики продукта с политикой «цены территории», распределения ресурсов и продвижение территории

б) четкое определение согласованных в территориальном сообществе общих целей, их позиционирование, в т.ч. среди конкурентов, по ключевым направлениям

в) усиление определенных функций, специфических особенностей города, которые могли бы стать мотором конкурентного преимущества или дополнением функций других территорий

6. Комплекс мероприятий, которые имеют своей целью определение проектов, программ и стратегий, направленных на обеспечение развития территории в долгосрочной перспективе:

а) маркетинг региона

б) маркетинг территорий

в) функциональный маркетинг

7. Распространенная стратегия повышения территориальной привлекательности, особенно для территорий с ограниченными ресурсами, туристических регионов:

а) функциональный маркетинг

б) объективный маркетинг

в) территориальный маркетинг

8. Субъектами маркетинга территорий являются:

а) структуры власти территории

б) социальная сфера

в) уровень занятости населения

9. Субъектами маркетинга территорий являются:

а) федеральные власти

б) сооружения

в) инвесторы

10. Субъектами маркетинга территорий являются:

а) жители территории

б) туристические организации

в) оба варианта верны

г) нет верного ответа

### Тема 3. Методы развития территории

1. Бренд это имя, термин, знак, символ, дизайн или их комбинация, предназначенные для ..... одного продавца или группы продавцов и дифференциации их от конкурентов

а) идентификации товаров и услуг

б) позиционирования

в) продажи товаров

2. Ключевой особенностью территориального брендинга является

а) отсутствие четко выраженной целевой аудитории

б) наличие визуальных идентификаторов

в) отсутствие «продуктовой» составляющей бренда

3. Направленное создание образа или имиджа страны, поселения, района в глазах местной и мировой общественности называют...

а) брендинг территории

б) PR региона

в) Управление имиджем территории

4. В результате формирования территориального бренда происходит...

а) поиск, выражение и развитие местной идентичности, а также представление ее в виде запоминающихся и интересных для аудитории образов,

б) разработка уникальных визуальных идентификаторов территории и оформления наиболее важных для контакта поверхностей

в) разработка айдентики и брендбука территории

5. Какая из задач не является глобальной в брендинге территории?

а) создать и улучшить имидж объекта брендинга;

б) привлечь туристов и инвесторов;

в) «удержание» коренного населения;

г) создание современной визуальной среды территории.

6. Выделите наиболее важные аудитории, на которые направлена работа по территориальному брендингу

а) туристы,

б) местные жители,

в) инвесторы.

7. К какому инструменту брендинга территории относится разработка айдентики бренда территорий?

- а) Стратегические. Нужны для определения сути объекта и выделения его основных качеств. В результате разрабатывается слоган, формируется миссия и стратегия развития места.
- б) Символические – это комплекс визуальных методов для воздействия на целевую аудиторию (сувенирная продукция, создание дизайна атрибутов и другое).
- в) Рекламные. Предполагают размещение рекламы в СМИ (телевидение, пресса, интернет).
- г) PR-инструменты – это ряд мероприятий, строящийся на предоставлении обществу разных данных о местности и привлечении его к совместной работе.

8. Какой из перечисленных видов не является видом территориального бренда в зависимости от охвата аудитории?

- а) локальный;
- б) городской;
- в) национальный;
- г) мультинациональный.

9. Кто является автором термина «брендинг мест»?

- а) Филип Котлер;
- б) Питер Друкер;
- в) Сет Годин;
- г) Саймон Анхольт.

10. Какое название носит концепция, включающая следующие элементы бренда территории: туризм, люди, культура и население, экспортные бренды, бизнес и инвестиции, внутренняя и внешняя политика?

- а) концепция конкурентной идентичности;
- б) концепция комплекса маркетинга;
- в) концепция территориальных ресурсов;
- г) концепция структурной иерархии.

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета

#### **Типовые вопросы зачета (ПК-5)**

1. Конкуренция между территориями.
2. Конкурентоспособности территорий.
3. Экономическая сущность конкурентоспособности территории.
4. Классификация территорий-конкурентов.
5. Факторы конкурентоспособности территорий.
6. Понятие конкурентного преимущества.
7. Критерии оценки привлекательности территорий.
8. Качество менеджмента территорий.
9. Факторы привлекательности территории.
10. Этапы оценки конкурентных преимуществ.
11. Развитие социальной сферы территории.
12. Улучшение городской среды.
13. Экономическое развитие территории.
14. Стратегическое рыночное планирование развития территории.



15. Смена поколений стратегического рыночного планирования развития территории.
16. Основная цель брендинга территорий.
17. Концепция конкурентной идентичности.
18. Факторы развития территориального брендинга в России.
19. Задачи, решаемые брендингом территории.
20. Связь брендинга с инвестированием.

### Типовые задания для зачета (ПК-5)

Не предусмотрено

#### 4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«зачтено» (50 - 100 баллов)	ПК-5	Демонстрирует высокий уровень знаний теоретического материала составляющего фундаментальную основу конкурентоспособности территорий, знает инструменты управления конкурентоспособностью и может использовать их на практике. На поставленные вопросы дает аргументированные ответы
«не зачтено» (0 - 49 баллов)	ПК-5	Демонстрирует слабый уровень знаний теоретического материала составляющего фундаментальную основу конкурентоспособности территорий, не знает инструменты управления конкурентоспособностью и не может использовать их на практике. Затрудняется отвечать на поставленные вопросы

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

#### 5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

#### 5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;
- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы;
- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.
- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

### 5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентации, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы).

### 5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;
- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;
- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;

- личностные качества: ораторские способности, соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы;
- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **6.1 Основная литература:**

1. Данилина, Н. В., Попов, А. В., Щербина, Е. В. Устойчивое развитие урбанизированных территорий : учебное пособие по направлению подготовки 07.03.04 градостроительство. - 2026-08-02; Устойчивое развитие урбанизированных территорий. - Москва: МИСИ-МГСУ, ЭБС АСВ, 2019. - 86 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/101846.html>
2. Крашенинников, А. В. Градостроительное развитие урбанизированных территорий : учебное пособие. - Весь срок охраны авторского права; Градостроительное развитие урбанизированных территорий. - Саратов: Вузовское образование, 2019. - 113 с. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/79620.html>
3. Кряхтунов, А. В., Богданова, О. В., Черных, Е. Г., Айнуллина, К. Н. Управление развитием городских территорий : учебное пособие. - 2027-06-23; Управление развитием городских территорий. - Тюмень: Тюменский индустриальный университет, 2021. - 90 с. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/122330.html>

### **6.2 Иные источники:**

1. Федеральная государственная информационная система территориального планирования - <https://fgistp.economy.gov.ru>
2. Министерство природных ресурсов и экологии РФ. Особо охраняемые природные территории и объекты России - <http://www.mnr.gov.ru/activity/oopt/>

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

Microsoft Windows 10

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007

Adobe Flash Player 9 ActiveX

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Scopus: база данных . – URL: <https://www.scopus.com>
2. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – URL: <https://cyberleninka.ru>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru. – URL: <https://elibrary.ru>
4. Российская государственная библиотека. – URL: <https://www.rsl.ru>
5. Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина. – URL: <https://www.prlib.ru>

### **Электронная информационно-образовательная среда**

[https://auth.tsutmb.ru/authorize?response\\_type=code&client\\_id=moodle&state=xyz](https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz)

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.