

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 06.06.2022 16:44:45
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»



Утверждаю:

Руководитель ООП:

Л.П. Богданова

17 мая 2017г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) (с аннотацией)

Маркетинг территорий

Направление подготовки

05.04.02 География

Магистерская программа

Региональная политика и территориальное планирование

Для студентов 2 курса очной формы обучения

Составитель: к.г.н., доцент Сукманова Н.Ю.

Тверь, 2017

I. Аннотация

1. Маркетинг территории

2. Цель и задачи дисциплины (или модуля)

Целью освоения дисциплины (или модуля) является:

1. Сущность и разновидности территориального маркетинга, субъекты маркетинга территории, их цели и интересы, стратегии маркетинга территории.
2. Методики комплексной оценки потенциала территории, инструменты маркетинга территории.
3. Формы и методы продвижения территории.

3. Место дисциплины (или модуля) в структуре ООП

Дисциплина входит в число курсов по выбору вариативной части учебного плана.

Освоение дисциплины опирается на знания, полученные в процессе изучения дисциплин: «Научный семинар по проблемам региональной политики и территориального планирования», «Стратегическое планирование регионов и городов», «Пространственное планирование». Знания и навыки, полученные в результате освоения дисциплины, могут быть реализованы в процессе научно-исследовательской практик, а также при подготовке ВКР.

4. Объем дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академических часа, в том числе контактная работа: практические занятия 30 часов; самостоятельная работа: 78 часов, контроль 36 часов.

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

| Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции) | Планируемые результаты обучения по дисциплине |
|--|--|
| <p>ОК-3 готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала</p> | <p>Владеть: основами методологии научного познания; основами географического и экологического мышления; навыками сбора, систематизации и самостоятельного анализа информации; навыками самостоятельной аналитической работы; способностью к адаптации профессиональных навыков в изменяющихся социально-экономических условиях с учетом культурных и мировоззренческих факторов; способами физического, духовного, интеллектуального и профессионального саморазвития, личной рефлексии;</p> <p>Уметь: творчески подходить к решению географических и экологических задач; аргументировано и последовательно отстаивать принятые решения в профессиональной и социальной сферах; конструктивно относиться к критике; выбирать способы решения проблем;</p> <p>Знать: методологическую базу для междисциплинарного синтеза научной информации, намечая перспективы научных исследований; приемы и методы самоорганизации; основные подходы к решению и анализу экологической и географической проблематики в современном мире.</p> |
| <p>ПК-3 владение основами проектирования, экспертно-аналитической деятельности и выполнения комплексных и отраслевых географических исследований на мировом, национальном, региональном и локальном</p> | <p>Владеть: приемами и навыками комплексного анализа и оценки фактов, гипотез, выводов, степени достоверности информации из разных источников, навыками создания аналитических обзоров в маркетинговых исследованиях;</p> <p>Уметь: самостоятельно решать на современном уровне задачи профессиональной деятельности, пользоваться различными источниками и приемами поиска информации, научно</p> |

| | |
|---|---|
| <p>уровнях с использованием современных подходов и методов, аппаратуры и вычислительных комплексов (в соответствии с направленностью (профилем) программы магистратуры)</p> | <p>аргументировать и профессионально защищать свою точку зрения; исследовать взаимосвязь субъектов маркетинга территорий. Знать: основные источники профессиональной информации; основы и сущность маркетинга территорий; основные понятия и принципы маркетинга территорий.</p> |
| <p>ПК-12 владеть теоретическими знаниями и практическими навыками для педагогической деятельности в образовательных организациях и уметь грамотно осуществлять учебно-методическую деятельность по планированию географического образования и образования для устойчивого развития</p> | <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - методами и приемами работы в аудитории, представления и обсуждения результатов; - навыками исследовательской работы и их применения для организации научных исследований студентов; <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать работу студентов и активизировать их учебную и практическую деятельность; - обосновывать принципы отбора содержания, соответствующего требованиям образования для устойчивого развития; <p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - методические приемы постановки и решения ситуативных задач, проектных заданий, которые могут быть использованы в преподавании географических дисциплин в высшей школе; - приемы аналитической работы с территориальной информацией, способы представления полученных результатов; |

6. Форма промежуточной аттестации – экзамен.

7. Язык преподавания русский.