



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ГЕОДЕЗИИ И КАРТОГРАФИИ
(МИИГАиК)

Факультет управления территориями
Кафедра управления недвижимостью и развитием территорий



**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 5387FD2AF5B17FED816FDE9A1D4973B1
Владелец: Степанченко Алексей Леонидович
Действителен: с 21.07.2025 по 14.10.2026

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор
А. Л. Степанченко
18 апреля 2025 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
ЭКОНОМИКА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО
«Б1.О.04.04 МАРКЕТИНГ ТЕРРИТОРИЙ»**

Уровень высшего образования: бакалавриат

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Направленность(профиль) подготовки: Управление проектами цифровой трансформации в развитии территорий

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Год набора (приема на обучение): 2025

Срок получения образования: 4 года

Объем:
в зачетных единицах: 3 з.е.
в академических часах: 108 ак.ч.

Москва, 2025

Разработчики:

Доцент кафедры Управления недвижимостью и развитием территорий, к.т.н., доцент Титова О. В.

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) составлен в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденного приказом Минобрнауки от 12.06.2020 № 970

Согласование и утверждение

№	Подразделение	Ответственное лицо	ФИО	Виза	Дата, протокол (при наличии)
1	факультет Управления территориями	Председатель ученого совета факультета	Воронцова А. А.	Рассмотрено	19.12.2024, № 2-2024

1. Планируемые результаты обучения, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

УК-10.1 Использует методы экономического планирования

Знать:

УК-10.1/Зн1 Основных экономических концепций, главных закономерностей развития экономики на микро- и макроуровнях, основных показателей, характеризующих развитие национальной и мировой экономики

УК-10.1/Зн2 Основных теоретических аспектов и практических приемов для экономического обоснования оптимального управленческого решения в области разработки и внедрения новых направлений деятельности организации

УК-10.1/Зн3 Экономических законов производства и методов планирования: спроса и предложения, рыночного ценообразования, положительные и отрицательные стороны рыночной и нерыночной экономики

Уметь:

УК-10.1/Ум1 Находить и использовать экономическую информацию, владеть методами ее анализа и навыками расчета экономических показателей

УК-10.1/Ум2 Применять современные методики и технологии для экономического обоснования в процессе принятия управленческого решения по выбору оптимального варианта развития организации

УК-10.1/Ум3 Оценивать постоянно изменяющуюся социально-экономическую ситуацию в организации и ее влияние на возникновение управленческих проблем и задач

Владеть:

УК-10.1/Нв1 Навыками выявления проблем экономического характера при анализе конкретных ситуаций в различных областях жизнедеятельности и принимать обоснованные экономические решения, выбирая оптимальный способ их реализации

УК-10.1/Нв2 Навыками сбора и обработки информации для принятия решения по экономическому обоснованию оптимального варианта и экономически целесообразного направления развития организации

УК-10.1/Нв3 Навыками решения простейших задач по планированию; навыками графического иллюстрирования вопросов экономики

УК-10.2 Проводит анализ экономической и финансовой деятельности для принятия экономических решений; использует методы экономического планирования

Знать:

УК-10.2/Зн1 Основных методик маркетингового анализа и технологий для разработки и внедрения новых перспективных направлений бизнеса путем реализации инновационных программ и проектов с учетом рисков и неопределенности рыночной ситуации

УК-10.2/Зн2 Актуальных маркетинговых концепций, позволяющих выработать оптимальные управленческие решения для формирования стратегии развития организации

УК-10.2/Зн3 Основных закономерностей создания и развития новых перспективных направлений бизнеса путем разработки инновационных программ и проектов с учетом рисков и неопределенности рыночной ситуации

Уметь:

УК-10.2/Ум1 Применять современные методики маркетингового анализа и другие маркетинговые инструменты для принятия обоснованного экономического решения в процессе разработки и освоения инновационных проектов

УК-10.2/Ум2 Практически использовать теоретические знания в области маркетинга для определения собственной рыночной позиции организации и ее успешной трансформации

УК-10.2/Ум3 Применять современные методики экономического обоснования проектов, разрабатывать бизнес-планы проектов инновационного развития организации

Владеть:

УК-10.2/Нв1 Навыками сбора и обработки маркетинговой информации о рыночной конъюнктуре, имеющей значение для реализации обоснованных экономических решений при разработке и реализации инновационных проектов и программ в профессиональной деятельности

УК-10.2/Нв2 Навыками формирования маркетинговой программы организации

УК-10.2/Нв3 Навыками расчетов экономического обоснования проектов, рисков в условиях неопределенности в процессе разработки и реализации новых направлений деятельности организации

УК-10.3 Применяет экономические инструменты в профессиональной деятельности; использует методы экономического планирования

Знать:

УК-10.3/Зн1 Основных экономических концепций, главных закономерностей развития экономики на микро- и макроуровнях, основных показателей, характеризующих развитие национальной и мировой экономики; основных направлений экономической политики государства и их воздействия на развитие различных сфер экономики страны

УК-10.3/Зн2 Основных закономерностей создания и развития новых перспективных направлений бизнеса путем разработки инновационных программ и проектов с учетом рисков и неопределенности рыночной ситуации

УК-10.3/Зн3 Основных положений нормативно-правовой базы экономической оценки недвижимости

Уметь:

УК-10.3/Ум1 Находить и использовать экономическую информацию, владеть методами её анализа и навыками расчёта экономических показателей

УК-10.3/Ум2 Систематизировать и обрабатывать информацию и использовать информационную базу сделок с недвижимостью и других баз и реестров для оценки стоимости недвижимости

УК-10.3/Ум3 Применять на практике методы оценки, руководствуясь стандартами оценочной деятельности; выявлять проблемы, определять цели, оценивать альтернативы, выбирать оптимальный вариант решения, оценивая результаты и последствия принятого управленческого решения в сфере экономики и управления развитием территорий

Владеть:

УК-10.3/Нв1 Навыками выявления проблем экономического характера при анализе конкретных ситуаций в различных областях жизнедеятельности и принимать обоснованные экономические решения, выбирая оптимальный способ их реализации

УК-10.3/Нв2 Навыками применения методики оценки недвижимости с учетом целей оценки и спецификации конкретного объекта недвижимости для разработки основных направлений развития предприятия

УК-10.3/Нв3 Навыками использования экономических знаний для описания, моделирования и анализа экономических процессов и явлений в различных сферах деятельности; методами сбора и анализа экономической информации

ПК-1 Способен осуществлять деятельность по реализации прав на все виды имущества коммерческой недвижимости на стадиях инвестирования, владения или эксплуатации

ПК-1.1 Разрабатывает мероприятия, направленные на предотвращение и снижение воздействия риска в разрезе отдельных видов и проводит их экономическую оценку

Знать:

ПК-1.1/Зн1 Основных экономических показателей, характеризующих коммерческую недвижимость

ПК-1.1/Зн2 Показателей экономической эффективности портфеля недвижимости

ПК-1.1/Зн3 Основных принципов и технологий использования инвестиционных ресурсов организации при реализации инновационных проектов на стадиях разработки и последующей эксплуатации с учетом вероятных рисков

Уметь:

ПК-1.1/Ум1 Находить решение задач по управлению портфелем недвижимости на основе анализа исходных данных и методов оценки доходности и риска

ПК-1.1/Ум2 Осуществлять проектирование и стратегическое планирование портфеля недвижимости

ПК-1.1/Ум3 Применять теоретические знания практически для экономического обоснования проектной деятельности, связанной с инвестиционными ресурсами при разработке, реализации и эксплуатации объекта с учетом вероятных рисков

Владеть:

ПК-1.1/Нв1 Навыками применения стратегий управления портфелем недвижимости

ПК-1.1/Нв2 Навыками решения задач по управлению портфелем недвижимости на основе анализа исходных данных и методов оценки доходности и риска

ПК-1.1/Нв3 Навыками применять современные информационные технологии для поиска и выбора оптимального варианта инвестирования в недвижимость в процессе реализации инновационной программы развития организации, территории с учетом вероятных рисков

ПК-1.2 Использует геоинформационные методы и технологии в сфере недвижимости для снижения риска

Знать:

ПК-1.2/Зн1 Способов описания и хранения географической информации

ПК-1.2/Зн2 Геоинформационных методов и технологий в сфере недвижимости

ПК-1.2/Зн3 Основных методов создания карт и планов. в том числе цифровых, для анализа различной градостроительной документации, являющейся объектами профессиональной деятельности

Уметь:

ПК-1.2/Ум1 Применять современные информационные технологии для поиска и обработки пространственных данных в сфере недвижимости

ПК-1.2/Ум2 Осуществлять сбор и систематизацию информации для градостроительной документации и сопутствующих исследований

ПК-1.2/Ум3 Представлять информацию в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий

Владеть:

ПК-1.2/Нв1 Навыками представления географической информации в базах пространственных данных

ПК-1.2/Нв2 Навыками анализа различной градостроительной документации, являющейся объектами профессиональной деятельности

ПК-1.2/Нв3 Навыками сбора и обработки и представления пространственной информации в целях развития территорий

ПК-1.3 Демонстрирует умение осуществлять и организовывать работы по поиску нормативно-правовых актов, отраслевых нормативных документов, анализу, отбору и обработке необходимой информации при решении задач повышения эффективности государственного и муниципального управления

Знать:

ПК-1.3/Зн1 Основных требований и современных технологий подготовки документации при решении задач повышения эффективности государственного и муниципального управления

ПК-1.3/Зн2 О нормах административного права, отраслевых нормативных документах, регулирующих вопросы информационно-аналитической поддержки управленческих решений при решении задач повышения эффективности государственного и муниципального управления

ПК-1.3/Зн3 Современных методов (технологии) производства оценочных работ, этапы кадастровой оценки

Уметь:

ПК-1.3/Ум1 Применять основные требования и современные технологии подготовки документации при решении задач повышения эффективности государственного и муниципального управления

ПК-1.3/Ум2 Использовать нормы административного права в сфере государственного и муниципального управления для информационно-аналитической поддержки эффективности принимаемых управленческих решений

ПК-1.3/Ум3 Проводить оценочные работы в отношении недвижимого имущества, осуществлять оценочное зонирование и моделирование результатов

Владеть:

ПК-1.3/Нв1 Навыками применения современных информационных технологий при подготовке документации в отношении недвижимости

ПК-1.3/Нв2 Навыками работы с нормативными актами для удовлетворения потребностей государственного и муниципального управления в информационно-аналитической поддержке эффективности управленческих решений

ПК-1.3/Нв3 Навыками анализа рынка недвижимости и построения тематических оценочных карт

ПК-1.4 Формулирует на основе поставленной проблемы задачу оценки деятельности организации и способ ее решения через реализацию управления портфелем недвижимости

Знать:

ПК-1.4/Зн1 Методов оценки доходности и рисков портфеля недвижимости

ПК-1.4/Зн2 Критериев формирования и оптимизации портфеля недвижимости

ПК-1.4/Зн3 Основных положений нормативно-правовой базы экономической оценки недвижимости; методов получения, обработки и использования информации для целей оценки недвижимости и особенностей отечественной практики оценки объектов недвижимости

Уметь:

ПК-1.4/Ум1 Осуществлять проектирование и стратегическое планирование портфеля недвижимости на основе критериев оптимизации

ПК-1.4/Ум2 Делать выводы по оценке эффективности портфеля недвижимости
ПК-1.4/Ум3 Правильно сформулировать цель оценки и определить вид стоимости; выполнять анализ рынка недвижимости для различных целей и обосновывать применение того или иного подхода и метода оценки

Владеть:

ПК-1.4/Нв1 Навыками осуществлять проектирование и стратегическое планирование портфеля недвижимости на основе критериев оптимизации

ПК-1.4/Нв2 Навыками проводить оценку эффективности портфеля недвижимости с использованием современных методик и технологий

ПК-1.4/Нв3 Навыками пользоваться основными инструментами оценки недвижимости для принятия оптимальных управленческих решений; навыками применения простых методов статистического анализа

ПК-1.5 Осуществление обоснованных решений и действий при инвестировании, владении и эксплуатации недвижимости

Знать:

ПК-1.5/Зн2 О правилах и способах сбора информации и проведения анализа для принятия обоснованного решения в деятельности с недвижимостью

ПК-1.5/Зн3 Методик и способов для обоснования решения путем проведения расчетов экономических и социально-экономических показателей на всех стадиях инвестирования, владения, эксплуатации недвижимости

ПК-1.5/Зн4 Основных экономических показателей, характеризующих коммерческую недвижимость

Уметь:

ПК-1.5/Ум2 Оформлять результаты деятельности, организовывать процесс

ПК-1.5/Ум3 Принимать обоснованные решения и действия при работе с недвижимостью на основе расчетов экономических и социально-экономических показателей на всех стадиях инвестирования, владения, эксплуатации недвижимости

ПК-1.5/Ум4 Находить и использовать информацию о коммерческой недвижимости, владеть методами ее анализа и навыками расчета экономических показателей

Владеть:

ПК-1.5/Нв2 Навыки принимать обоснованные решения и действия при работе с недвижимостью

ПК-1.5/Нв3 Навыками пользоваться методами сбора исходных данных, проводить расчеты экономических и социально-экономических показателей на всех стадиях инвестирования, владения, эксплуатации недвижимости

ПК-1.5/Нв4 Навыками выявления проблем экономического характера при инвестировании, владении или эксплуатации коммерческой недвижимости

ПК-1.6 Демонстрирует навыки юридической экспертизы документов, предоставляемых на стадиях инвестирования, владения или эксплуатации

Знать:

ПК-1.6/Зн1 О видах и особенностях объектов недвижимости и основания оформления прав на них и совершения сделок с недвижимостью

ПК-1.6/Зн2 О правовом статусе участников отношений, возникающих при осуществлении государственного кадастрового учета и (или) государственной регистрации прав

ПК-1.6/Зн3 Основных закономерностей создания и функционирования информационных процессов в правовой сфере; основ государственной политики в области информации и современных методов и средств поиска систематизации и обработки правовой информации

Уметь:

ПК-1.6/Ум1 Планировать, организовывать и проводить необходимые действия проведения юридической экспертизы на стадиях инвестирования, владения и эксплуатации

ПК-1.6/Ум2 Выявлять особенности правоотношений, возникающие в сфере регулирования учетно-регистрационной деятельности в точном соответствии с законом

ПК-1.6/Ум3 Применять современные информационные технологии для поиска и обработки правовой информации, оформления юридических документов и проведения статистического анализа информации

Владеть:

ПК-1.6/Нв1 Навыками планировать, организовывать и проводить необходимые действия проведения юридической экспертизы документов, предоставляемых на стадиях инвестирования, владения и эксплуатации

ПК-1.6/Нв2 Навыками анализа различных правовых явлений, юридических фактов, правовых норм и правовых отношений, регулирующих вопросы реализации прав на все виды коммерческой недвижимости на стадиях инвестирования, владения или эксплуатации кадастрового учета и (или) регистрации прав

ПК-1.6/Нв3 Навыками сбора и обработки информации, имеющей значения для реализации правовых норм в соответствующих сферах профессиональной деятельности

ПК-1.7 Анализирует и разрабатывает процесс управления рисками и корректировку реестров рисков в рамках отдельных бизнес-процессов и функциональных направлений

Знать:

ПК-1.7/Зн1 Основ документирования процесса управления рисками и корректировки реестров рисков в рамках задач с применением современных технологий при подготовке документации в отношении недвижимости и отдельных бизнес-процессов и функциональных направлений

ПК-1.7/Зн2 Методов и технологий сбора и систематизации информации для градостроительной документации и сопутствующих исследований

ПК-1.7/Зн3 Основных принципов и технологий использования инвестиционных ресурсов организации при реализации инновационных проектов на стадиях разработки и последующей эксплуатации

Уметь:

ПК-1.7/Ум1 Определять задачи, решаемые с применением современных технологий при подготовке документации в отношении недвижимости

ПК-1.7/Ум2 Применять навыки экономического обоснования проектной деятельности, связанной с инвестиционными ресурсами при разработке, реализации и эксплуатации объекта

ПК-1.7/Ум3 Использовать основные принципы и технологии применения инвестиционных ресурсов организации при реализации инновационных проектов на стадиях разработки и последующей эксплуатации

Владеть:

ПК-1.7/Нв1 Навыки решать задачи с применением современных технологий при подготовке документации в отношении недвижимости

ПК-1.7/Нв2 Навыками применять современные информационные технологии для поиска и выбора оптимального варианта инвестирования в недвижимость в процессе реализации инновационной программы развития

ПК-1.7/Нв3 Навыками использовать основные принципы и технологии применения инвестиционных ресурсов организации при реализации инновационных проектов на стадиях разработки и последующей эксплуатации

2. Показатели и критерии оценивания компетенций

Планируемые результаты освоения программы	Уровень овладения	Критерии оценивания (перечень сформированных ИДК/ЗУВ по уровням освоения)
УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	Повышенный	ИДК УК-10.1 Использует методы экономического планирования Знать: УК-10.1/Зн1 Основных экономических концепций, главных закономерностей развития экономики на микро- и макроуровнях, основных показателей, характеризующих развитие национальной и мировой экономики УК-10.1/Зн2 Основных теоретических аспектов и практических приемов для экономического обоснования оптимального управленческого решения в области разработки и внедрения новых направлений деятельности организации УК-10.1/Зн3 Экономических законов производства и методов планирования: спроса и предложения, рыночного ценообразования, положительные и отрицательные стороны рыночной и нерыночной экономики Уметь: УК-10.1/Ум1 Находить и использовать экономическую информацию, владеть методами ее анализа и навыками расчета экономических показателей УК-10.1/Ум2 Применять современные методики и технологии для экономического обоснования в процессе принятия управленческого решения по выбору оптимального варианта развития организации УК-10.1/Ум3 Оценивать постоянно изменяющуюся социально-экономическую ситуацию в организации и ее влияние на возникновение управленческих проблем и задач Владеть: УК-10.1/Нв1 Навыками выявления проблем экономического характера при анализе конкретных ситуаций в различных областях жизнедеятельности и принимать обоснованные экономические решения, выбирая оптимальный способ их реализации УК-10.1/Нв2 Навыками сбора и обработки информации для принятия решения по экономическому обоснованию оптимального варианта и экономически целесообразного направления развития организации УК-10.1/Нв3 Навыками решения простейших задач по планированию; навыками графического иллюстрирования вопросов экономики

ИДК УК-10.2 Проводит анализ экономической и финансовой деятельности для принятия экономических решений; использует методы экономического планирования

Знать:

УК-10.2/Зн1 Основных методик маркетингового анализа и технологий для разработки и внедрения новых перспективных направлений бизнеса путем реализации инновационных программ и проектов с учетом рисков и неопределенности рыночной ситуации

УК-10.2/Зн2 Актуальных маркетинговых концепций, позволяющих выработать оптимальные управленческие решения для формирования стратегии развития организации

УК-10.2/Зн3 Основных закономерностей создания и развития новых перспективных направлений бизнеса путем разработки инновационных программ и проектов с учетом рисков и неопределенности рыночной ситуации

Уметь:

УК-10.2/Ум1 Применять современные методики маркетингового анализа и другие маркетинговые инструменты для принятия обоснованного экономического решения в процессе разработки и освоения инновационных проектов

УК-10.2/Ум2 Практически использовать теоретические знания в области маркетинга для определения собственной рыночной позиции организации и ее успешной трансформации

УК-10.2/Ум3 Применять современные методики экономического обоснования проектов, разрабатывать бизнес-планы проектов инновационного развития организации

Владеть:

УК-10.2/Нв1 Навыками сбора и обработки маркетинговой информации о рыночной конъюнктуре, имеющей значение для реализации обоснованных экономических решений при разработке и реализации инновационных проектов и программ в профессиональной деятельности

УК-10.2/Нв2 Навыками формирования маркетинговой программы организации

УК-10.2/Нв3 Навыками расчетов экономического обоснования проектов, рисков в условиях неопределенности в процессе разработки и реализации новых направлений деятельности организации

ИДК УК-10.3 Применяет экономические инструменты в профессиональной деятельности; использует методы экономического планирования

Знать:

УК-10.3/Зн1 Основных экономических концепций, главных закономерностей развития экономики на микро- и макроуровнях, основных показателей, характеризующих развитие национальной и мировой экономики; основных направлениях экономической политики государства и их воздействия на развитие различных сфер экономики страны

УК-10.3/Зн2 Основных закономерностей создания и развития новых перспективных направлений бизнеса путем разработки инновационных программ и проектов с учетом рисков и неопределенности рыночной ситуации

УК-10.3/Зн3 Основных положений нормативно-правовой базы экономической оценки недвижимости

Уметь:

УК-10.3/Ум1 Находить и использовать экономическую информацию, владеть методами её анализа и навыками расчёта экономических показателей

УК-10.3/Ум2 Систематизировать и обрабатывать информацию и использовать информационную базу сделок с недвижимостью и других баз и реестров для оценки стоимости недвижимости

УК-10.3/Ум3 Применять на практике методы оценки, руководствуясь стандартами оценочной деятельности; выявлять проблемы, определять цели, оценивать альтернативы, выбирать оптимальный вариант решения, оценивая результаты и последствия принятого управленческого решения в сфере экономики и управления развитием территорий

Владеть:

УК-10.3/Нв1 Навыками выявления проблем экономического характера при анализе конкретных ситуаций в различных областях жизнедеятельности и принимать обоснованные экономические решения, выбирая оптимальный способ их реализации

УК-10.3/Нв2 Навыками применения методики оценки недвижимости с учетом целей оценки и спецификации конкретного объекта недвижимости для разработки основных направлений развития предприятия

УК-10.3/Нв3 Навыками использования экономических знаний для описания, моделирования и анализа экономических процессов и явлений в различных сферах деятельности; методами сбора и анализа экономической информации

Базовый	ИДК УК-10.1 Использует методы экономического планирования Знать: УК-10.1/Зн1 Основных экономических концепций, главных закономерностей развития экономики на микро- и макроуровнях, основных показателей, характеризующих развитие национальной и мировой экономики УК-10.1/Зн2 Основных теоретических аспектов и практических приемов для экономического обоснования оптимального управленческого решения в области разработки и внедрения новых направлений деятельности организации УК-10.1/Зн3 Экономических законов производства и методов планирования: спроса и предложения, рыночного ценообразования, положительные и отрицательные стороны рыночной и нерыночной экономики Уметь: УК-10.1/Ум1 Находить и использовать экономическую информацию, владеть методами ее анализа и навыками расчета экономических показателей УК-10.1/Ум2 Применять современные методики и технологии для экономического обоснования в процессе принятия управленческого решения по выбору оптимального варианта развития организации УК-10.1/Ум3 Оценивать постоянно изменяющуюся социально-экономическую ситуацию в организации и ее влияние на возникновение управленческих проблем и задач ИДК УК-10.2 Проводит анализ экономической и финансовой деятельности для принятия экономических решений; использует методы экономического планирования Знать: УК-10.2/Зн1 Основных методик маркетингового анализа и технологий для разработки и внедрения новых перспективных направлений бизнеса путем реализации инновационных программ и проектов с учетом рисков и неопределенности рыночной ситуации УК-10.2/Зн2 Актуальных маркетинговых концепций, позволяющих выработать оптимальные управленческие решения для формирования стратегии развития организации УК-10.2/Зн3 Основных закономерностей создания и развития новых перспективных направлений бизнеса путем разработки инновационных программ и проектов с учетом рисков и неопределенности рыночной ситуации
---------	---

Уметь:

УК-10.2/Ум1 Применять современные методики маркетингового анализа и другие маркетинговые инструменты для принятия обоснованного экономического решения в процессе разработки и освоения инновационных проектов

УК-10.2/Ум2 Практически использовать теоретические знания в области маркетинга для определения собственной рыночной позиции организации и ее успешной трансформации

УК-10.2/Ум3 Применять современные методики экономического обоснования проектов, разрабатывать бизнес-планы проектов инновационного развития организации

ИДК УК-10.3 Применяет экономические инструменты в профессиональной деятельности; использует методы экономического планирования

Знать:

УК-10.3/Зн1 Основных экономических концепций, главных закономерностей развития экономики на микро- и макроуровнях, основных показателей, характеризующих развитие национальной и мировой экономики; основных направлениях экономической политики государства и их воздействия на развитие различных сфер экономики страны

УК-10.3/Зн2 Основных закономерностей создания и развития новых перспективных направлений бизнеса путем разработки инновационных программ и проектов с учетом рисков и неопределенности рыночной ситуации

УК-10.3/Зн3 Основных положений нормативно-правовой базы экономической оценки недвижимости

Уметь:

УК-10.3/Ум1 Находить и использовать экономическую информацию, владеть методами её анализа и навыками расчёта экономических показателей

УК-10.3/Ум2 Систематизировать и обрабатывать информацию и использовать информационную базу сделок с недвижимостью и других баз и реестров для оценки стоимости недвижимости

УК-10.3/Ум3 Применять на практике методы оценки, руководствуясь стандартами оценочной деятельности; выявлять проблемы, определять цели, оценивать альтернативы, выбирать оптимальный вариант решения, оценивая результаты и последствия принятого управленческого решения в сфере экономики и управления развитием территорий

Пороговый	ИДК УК-10.1 Использует методы экономического планирования Знать: УК-10.1/Зн1 Основных экономических концепций, главных закономерностей развития экономики на микро- и макроуровнях, основных показателей, характеризующих развитие национальной и мировой экономики УК-10.1/Зн2 Основных теоретических аспектов и практических приемов для экономического обоснования оптимального управленческого решения в области разработки и внедрения новых направлений деятельности организации УК-10.1/Зн3 Экономических законов производства и методов планирования: спроса и предложения, рыночного ценообразования, положительные и отрицательные стороны рыночной и нерыночной экономики ИДК УК-10.2 Проводит анализ экономической и финансовой деятельности для принятия экономических решений; использует методы экономического планирования Знать: УК-10.2/Зн1 Основных методик маркетингового анализа и технологий для разработки и внедрения новых перспективных направлений бизнеса путем реализации инновационных программ и проектов с учетом рисков и неопределенности рыночной ситуации УК-10.2/Зн2 Актуальных маркетинговых концепций, позволяющих выработать оптимальные управленческие решения для формирования стратегии развития организации УК-10.2/Зн3 Основных закономерностей создания и развития новых перспективных направлений бизнеса путем разработки инновационных программ и проектов с учетом рисков и неопределенности рыночной ситуации ИДК УК-10.3 Применяет экономические инструменты в профессиональной деятельности; использует методы экономического планирования Знать: УК-10.3/Зн1 Основных экономических концепций, главных закономерностей развития экономики на микро- и макроуровнях, основных показателей, характеризующих развитие национальной и мировой экономики; основных направлениях экономической политики государства и их воздействия на развитие различных сфер экономики страны
-----------	---

		УК-10.3/Зн2 Основных закономерностей создания и развития новых перспективных направлений бизнеса путем разработки инновационных программ и проектов с учетом рисков и неопределенности рыночной ситуации УК-10.3/Зн3 Основных положений нормативно-правовой базы экономической оценки недвижимости
ПК-1 Способен осуществлять деятельность по реализации прав на все виды имущества коммерческой недвижимости на стадиях инвестирования, владения или эксплуатации	Повышенный	ИДК ПК-1.1 Разрабатывает мероприятия, направленные на предотвращение и снижение воздействия риска в разрезе отдельных видов и проводит их экономическую оценку Знать: ПК-1.1/Зн1 Основных экономических показателей, характеризующих коммерческую недвижимость ПК-1.1/Зн2 Показателей экономической эффективности портфеля недвижимости ПК-1.1/Зн3 Основных принципов и технологий использования инвестиционных ресурсов организации при реализации инновационных проектов на стадиях разработки и последующей эксплуатации с учетом вероятных рисков Уметь: ПК-1.1/Ум1 Находить решение задач по управлению портфелем недвижимости на основе анализа исходных данных и методов оценки доходности и риска ПК-1.1/Ум2 Осуществлять проектирование и стратегическое планирование портфеля недвижимости ПК-1.1/Ум3 Применять теоретические знания практически для экономического обоснования проектной деятельности, связанной с инвестиционными ресурсами при разработке, реализации и эксплуатации объекта с учетом вероятных рисков Владеть: ПК-1.1/Нв1 Навыками применения стратегий управления портфелем недвижимости ПК-1.1/Нв2 Навыками решения задач по управлению портфелем недвижимости на основе анализа исходных данных и методов оценки доходности и риска ПК-1.1/Нв3 Навыками применять современные информационные технологии для поиска и выбора оптимального варианта инвестирования в недвижимость в процессе реализации инновационной программы развития организации, территории с учетом вероятных рисков

ИДК ПК-1.2 Использует геоинформационные методы и технологии в сфере недвижимости для снижения риска

Знать:

ПК-1.2/Зн1 Способов описания и хранения географической информации

ПК-1.2/Зн2 Геоинформационных методов и технологий в сфере недвижимости

ПК-1.2/Зн3 Основных методов создания карт и планов. в том числе цифровых, для анализа различной градостроительной документации, являющейся объектами профессиональной деятельности

Уметь:

ПК-1.2/Ум1 Применять современные информационные технологии для поиска и обработки пространственных данных в сфере недвижимости

ПК-1.2/Ум2 Осуществлять сбор и систематизацию информации для градостроительной документации и сопутствующих исследований

ПК-1.2/Ум3 Представлять информацию в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий

Владеть:

ПК-1.2/Нв1 Навыками представления географической информации в базах пространственных данных

ПК-1.2/Нв2 Навыками анализа различной градостроительной документации, являющейся объектами профессиональной деятельности

ПК-1.2/Нв3 Навыками сбора и обработки и представления пространственной информации в целях развития территорий

ИДК ПК-1.3 Демонстрирует умение осуществлять и организовывать работы по поиску нормативно-правовых актов, отраслевых нормативных документов, анализу, отбору и обработки необходимой информации при решении задач повышения эффективности государственного и муниципального управления

Знать:

ПК-1.3/Зн1 Основных требований и современных технологий подготовки документации при решении задач повышения эффективности государственного и муниципального управления

ПК-1.3/Зн2 О нормах административного права, отраслевых нормативных документах, регулирующих вопросы информационно-аналитической поддержки управленческих решений при решении задач повышения эффективности государственного и муниципального управления

ПК-1.3/Зн3 Современных методов (технологии) производства оценочных работ, этапы кадастровой оценки

Уметь:

ПК-1.3/Ум1 Применять основные требования и современные технологии подготовки документации при решении задач повышения эффективности государственного и муниципального управления

ПК-1.3/Ум2 Использовать нормы административного права в сфере государственного и муниципального управления для информационно-аналитической поддержки эффективности принимаемых управленческих решений

ПК-1.3/Ум3 Проводить оценочные работы в отношении недвижимого имущества, осуществлять оценочное зонирование и моделирование результатов

Владеть:

ПК-1.3/Нв1 Навыками применения современных информационных технологий при подготовке документации в отношении недвижимости

ПК-1.3/Нв2 Навыками работы с нормативными актами для удовлетворения потребностей государственного и муниципального управления в информационно-аналитической поддержке эффективности управленческих решений

ПК-1.3/Нв3 Навыками анализа рынка недвижимости и построения тематических оценочных карт

ИДК ПК-1.4 Формулирует на основе поставленной проблемы задачу оценки деятельности организации и способ ее решения через реализацию управления портфелем недвижимости

Знать:

ПК-1.4/Зн1 Методов оценки доходности и рисков портфеля недвижимости

ПК-1.4/Зн2 Критериев формирования и оптимизации портфеля недвижимости

ПК-1.4/Зн3 Основных положений нормативно-правовой базы экономической оценки недвижимости; методов получения, обработки и использования информации для целей оценки недвижимости и особенностей отечественной практики оценки объектов недвижимости

Уметь:

ПК-1.4/Ум1 Осуществлять проектирование и стратегическое планирование портфеля недвижимости на основе критериев оптимизации

ПК-1.4/Ум2 Делать выводы по оценке эффективности портфеля недвижимости

ПК-1.4/Ум3 Правильно сформулировать цель оценки и определить вид стоимости; выполнять анализ рынка недвижимости для различных целей и обосновывать применение того или иного подхода и метода оценки

Владеть:

ПК-1.4/Нв1 Навыками осуществлять проектирование и стратегическое планирование портфеля недвижимости на основе критериев оптимизации

ПК-1.4/Нв2 Навыками проводить оценку эффективности портфеля недвижимости с использованием современных методик и технологий

ПК-1.4/Нв3 Навыками пользоваться основными инструментами оценки недвижимости для принятия оптимальных управленческих решений; навыками применения простых методов статистического анализа

ИДК ПК-1.5 Осуществление обоснованных решений и действий при инвестировании, владении и эксплуатации недвижимости

Знать:

ПК-1.5/Зн2 О правилах и способах сбора информации и проведения анализа для принятия обоснованного решения в деятельности с недвижимостью

ПК-1.5/Зн3 Методик и способов для обоснования решения путем проведения расчетов экономических и социально-экономических показателей на всех стадиях инвестирования, владения, эксплуатации недвижимости

ПК-1.5/Зн4 Основных экономических показателей, характеризующих коммерческую недвижимость

Уметь:

ПК-1.5/Ум2 Оформлять результаты деятельности, организовывать процесс

ПК-1.5/Ум3 Принимать обоснованные решения и действия при работе с недвижимостью на основе расчетов экономических и социально-экономических показателей на всех стадиях инвестирования, владения, эксплуатации недвижимости

ПК-1.5/Ум4 Находить и использовать информацию о коммерческой недвижимости, владеть методами ее анализа и навыками расчета экономических показателей

Владеть:

ПК-1.5/Нв2 Навыки принимать обоснованные решения и действия при работе с недвижимостью

ПК-1.5/Нв3 Навыками пользоваться методами сбора исходных данных, проводить расчеты экономических и социально-экономических показателей на всех стадиях инвестирования, владения, эксплуатации недвижимости

ПК-1.5/Нв4 Навыками выявления проблем экономического характера при инвестировании, владении или эксплуатации коммерческой недвижимости

ИДК ПК-1.6 Демонстрирует навыки юридической экспертизы документов, предоставляемых на стадиях инвестирования, владения или эксплуатации

Знать:

ПК-1.6/Зн1 О видах и особенностях объектов недвижимости и основания оформления прав на них и совершения сделок с недвижимостью

ПК-1.6/Зн2 О правовом статусе участников отношений, возникающих при осуществлении государственного кадастрового учета и (или) государственной регистрации прав

ПК-1.6/Зн3 Основных закономерностей создания и функционирования информационных процессов в правовой сфере; основ государственной политики в области информации и современных методов и средств поиска систематизации и обработки правовой информации

Уметь:

ПК-1.6/Ум1 Планировать, организовывать и проводить необходимые действия проведения юридической экспертизы на стадиях инвестирования, владения и эксплуатации

ПК-1.6/Ум2 Выявлять особенности правоотношений, возникающие в сфере регулирования учетно-регистрационной деятельности в точном соответствии с законом

ПК-1.6/Ум3 Применять современные информационные технологии для поиска и обработки правовой информации, оформления юридических документов и проведения статистического анализа информации

Владеть:

ПК-1.6/Нв1 Навыками планировать, организовывать и проводить необходимые действия проведения юридической экспертизы документов, предоставляемых на стадиях инвестирования, владения и эксплуатации

ПК-1.6/Нв2 Навыками анализа различных правовых явлений, юридических фактов, правовых норм и правовых отношений, регулирующих вопросы реализации прав на все виды коммерческой недвижимости на стадиях инвестирования, владения или эксплуатации кадастрового учета и (или) регистрации прав

ПК-1.6/Нв3 Навыками сбора и обработки информации, имеющей значения для реализации правовых норм в соответствующих сферах профессиональной деятельности

ИДК ПК-1.7 Анализирует и разрабатывает процесс управления рисками и корректировку реестров рисков в рамках отдельных бизнес-процессов и функциональных направлений

Знать:

ПК-1.7/Зн1 Основ документирования процесса управления рисками и корректировки реестров рисков в рамках задач с применением современных технологий при подготовке документации в отношении недвижимости и отдельных бизнес-процессов и функциональных направлений

ПК-1.7/Зн2 Методов и технологий сбора и систематизации информации для градостроительной документации и сопутствующих исследований

ПК-1.7/Зн3 Основных принципов и технологий использования инвестиционных ресурсов организации при реализации инновационных проектов на стадиях разработки и последующей эксплуатации

Уметь:

ПК-1.7/Ум1 Определять задачи, решаемые с применением современных технологий при подготовке документации в отношении недвижимости

ПК-1.7/Ум2 Применять навыки экономического обоснования проектной деятельности, связанной с инвестиционными ресурсами при разработке, реализации и эксплуатации объекта

ПК-1.7/Ум3 Использовать основные принципы и технологии применения инвестиционных ресурсов организации при реализации инновационных проектов на стадиях разработки и последующей эксплуатации

Владеть:

ПК-1.7/Нв1 Навыки решать задачи с применением современных технологий при подготовке документации в отношении недвижимости

ПК-1.7/Нв2 Навыками применять современные информационные технологии для поиска и выбора оптимального варианта инвестирования в недвижимость в процессе реализации инновационной программы развития

ПК-1.7/Нв3 Навыками использовать основные принципы и технологии применения инвестиционных ресурсов организации при реализации инновационных проектов на стадиях разработки и последующей эксплуатации

Базовый	ИДК ПК-1.1 Разрабатывает мероприятия, направленные на предотвращение и снижение воздействия риска в разрезе отдельных видов и проводит их экономическую оценку Знать: ПК-1.1/Зн1 Основных экономических показателей, характеризующих коммерческую недвижимость ПК-1.1/Зн2 Показателей экономической эффективности портфеля недвижимости ПК-1.1/Зн3 Основных принципов и технологий использования инвестиционных ресурсов организации при реализации инновационных проектов на стадиях разработки и последующей эксплуатации с учетом вероятных рисков Уметь: ПК-1.1/Ум1 Находить решение задач по управлению портфелем недвижимости на основе анализа исходных данных и методов оценки доходности и риска ПК-1.1/Ум2 Осуществлять проектирование и стратегическое планирование портфеля недвижимости ПК-1.1/Ум3 Применять теоретические знания практически для экономического обоснования проектной деятельности, связанной с инвестиционными ресурсами при разработке, реализации и эксплуатации объекта с учетом вероятных рисков ИДК ПК-1.2 Использует геоинформационные методы и технологии в сфере недвижимости для снижения риска Знать: ПК-1.2/Зн1 Способов описания и хранения географической информации ПК-1.2/Зн2 Геоинформационных методов и технологий в сфере недвижимости ПК-1.2/Зн3 Основных методов создания карт и планов. в том числе цифровых, для анализа различной градостроительной документации, являющейся объектами профессиональной деятельности Уметь: ПК-1.2/Ум1 Применять современные информационные технологии для поиска и обработки пространственных данных в сфере недвижимости ПК-1.2/Ум2 Осуществлять сбор и систематизацию информации для градостроительной документации и сопутствующих исследований ПК-1.2/Ум3 Представлять информацию в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий
---------	---

ИДК ПК-1.3 Демонстрирует умение осуществлять и организовывать работы по поиску нормативно-правовых актов, отраслевых нормативных документов, анализу, отбору и обработки необходимой информации при решении задач повышения эффективности государственного и муниципального управления

Знать:

ПК-1.3/Зн1 Основных требований и современных технологий подготовки документации при решении задач повышения эффективности государственного и муниципального управления

ПК-1.3/Зн2 О нормах административного права, отраслевых нормативных документах, регулирующих вопросы информационно-аналитической поддержки управленческих решений при решении задач повышения эффективности государственного и муниципального управления

ПК-1.3/Зн3 Современных методов (технологии) производства оценочных работ, этапы кадастровой оценки

Уметь:

ПК-1.3/Ум1 Применять основные требования и современные технологии подготовки документации при решении задач повышения эффективности государственного и муниципального управления

ПК-1.3/Ум2 Использовать нормы административного права в сфере государственного и муниципального управления для информационно-аналитической поддержки эффективности принимаемых управленческих решений

ПК-1.3/Ум3 Проводить оценочные работы в отношении недвижимого имущества, осуществлять оценочное зонирование и моделирование результатов

ИДК ПК-1.4 Формулирует на основе поставленной проблемы задачу оценки деятельности организации и способ ее решения через реализацию управления портфелем недвижимости

Знать:

ПК-1.4/Зн1 Методов оценки доходности и рисков портфеля недвижимости

ПК-1.4/Зн2 Критериев формирования и оптимизации портфеля недвижимости

ПК-1.4/Зн3 Основных положений нормативно-правовой базы экономической оценки недвижимости; методов получения, обработки и использования информации для целей оценки недвижимости и особенностей отечественной практики оценки объектов недвижимости

Уметь:

ПК-1.4/Ум1 Осуществлять проектирование и стратегическое планирование портфеля недвижимости на основе критериев оптимизации

ПК-1.4/Ум2 Делать выводы по оценке эффективности портфеля недвижимости

ПК-1.4/Ум3 Правильно сформулировать цель оценки и определить вид стоимости; выполнять анализ рынка недвижимости для различных целей и обосновывать применение того или иного подхода и метода оценки

ИДК ПК-1.5 Осуществление обоснованных решений и действий при инвестировании, владении и эксплуатации недвижимости

Знать:

ПК-1.5/Зн2 О правилах и способах сбора информации и проведения анализа для принятия обоснованного решения в деятельности с недвижимостью

ПК-1.5/Зн3 Методик и способов для обоснования решения путем проведения расчетов экономических и социально-экономических показателей на всех стадиях инвестирования, владения, эксплуатации недвижимости

ПК-1.5/Зн4 Основных экономических показателей, характеризующих коммерческую недвижимость

Уметь:

ПК-1.5/Ум2 Оформлять результаты деятельности, организовывать процесс

ПК-1.5/Ум3 Принимать обоснованные решения и действия при работе с недвижимостью на основе расчетов экономических и социально-экономических показателей на всех стадиях инвестирования, владения, эксплуатации недвижимости

ПК-1.5/Ум4 Находить и использовать информацию о коммерческой недвижимости, владеть методами ее анализа и навыками расчета экономических показателей

ИДК ПК-1.6 Демонстрирует навыки юридической экспертизы документов, предоставляемых на стадиях инвестирования, владения или эксплуатации

Знать:

ПК-1.6/Зн1 О видах и особенностях объектов недвижимости и основания оформления прав на них и совершения сделок с недвижимостью

ПК-1.6/Зн2 О правовом статусе участников отношений, возникающих при осуществлении государственного кадастрового учета и (или) государственной регистрации прав

ПК-1.6/Зн3 Основных закономерностей создания и функционирования информационных процессов в правовой сфере; основ государственной политики в области информации и современных методов и средств поиска систематизации и обработки правовой информации

Уметь:

ПК-1.6/Ум1 Планировать, организовывать и проводить необходимые действия проведения юридической экспертизы на стадиях инвестирования, владения и эксплуатации

ПК-1.6/Ум2 Выявлять особенности правоотношений, возникающие в сфере регулирования учетно-регистрационной деятельности в точном соответствии с законом

ПК-1.6/Ум3 Применять современные информационные технологии для поиска и обработки правовой информации, оформления юридических документов и проведения статистического анализа информации

ИДК ПК-1.7 Анализирует и разрабатывает процесс управления рисками и корректировку реестров рисков в рамках отдельных бизнес-процессов и функциональных направлений

Знать:

ПК-1.7/Зн1 Основ документирования процесса управления рисками и корректировки реестров рисков в рамках задач с применением современных технологий при подготовке документации в отношении недвижимости и отдельных бизнес-процессов и функциональных направлений

ПК-1.7/Зн2 Методов и технологий сбора и систематизации информации для градостроительной документации и сопутствующих исследований

ПК-1.7/Зн3 Основных принципов и технологий использования инвестиционных ресурсов организации при реализации инновационных проектов на стадиях разработки и последующей эксплуатации

Уметь:

ПК-1.7/Ум1 Определять задачи, решаемые с применением современных технологий при подготовке документации в отношении недвижимости

ПК-1.7/Ум2 Применять навыки экономического обоснования проектной деятельности, связанной с инвестиционными ресурсами при разработке, реализации и эксплуатации объекта

ПК-1.7/Ум3 Использовать основные принципы и технологии применения инвестиционных ресурсов организации при реализации инновационных проектов на стадиях разработки и последующей эксплуатации

Пороговый	ИДК ПК-1.1 Разрабатывает мероприятия, направленные на предотвращение и снижение воздействия риска в разрезе отдельных видов и проводит их экономическую оценку Знать: ПК-1.1/Зн1 Основных экономических показателей, характеризующих коммерческую недвижимость ПК-1.1/Зн2 Показателей экономической эффективности портфеля недвижимости ПК-1.1/Зн3 Основных принципов и технологий использования инвестиционных ресурсов организации при реализации инновационных проектов на стадиях разработки и последующей эксплуатации с учетом вероятных рисков ИДК ПК-1.2 Использует геоинформационные методы и технологии в сфере недвижимости для снижения риска Знать: ПК-1.2/Зн1 Способов описания и хранения географической информации ПК-1.2/Зн2 Геоинформационных методов и технологий в сфере недвижимости ПК-1.2/Зн3 Основных методов создания карт и планов. в том числе цифровых, для анализа различной градостроительной документации, являющейся объектами профессиональной деятельности ИДК ПК-1.3 Демонстрирует умение осуществлять и организовывать работы по поиску нормативно-правовых актов, отраслевых нормативных документов, анализу, отбору и обработки необходимой информации при решении задач повышения эффективности государственного и муниципального управления Знать: ПК-1.3/Зн1 Основных требований и современных технологий подготовки документации при решении задач повышения эффективности государственного и муниципального управления ПК-1.3/Зн2 О нормах административного права, отраслевых нормативных документах, регулирующих вопросы информационно-аналитической поддержки управленческих решений при решении задач повышения эффективности государственного и муниципального управления ПК-1.3/Зн3 Современных методов (технологии) производства оценочных работ, этапы кадастровой оценки
-----------	--

ИДК ПК-1.4 Формулирует на основе поставленной проблемы задачу оценки деятельности организации и способ ее решения через реализацию управления портфелем недвижимости

Знать:

ПК-1.4/Зн1 Методов оценки доходности и рисков портфеля недвижимости

ПК-1.4/Зн2 Критериев формирования и оптимизации портфеля недвижимости

ПК-1.4/Зн3 Основных положений нормативно-правовой базы экономической оценки недвижимости; методов получения, обработки и использования информации для целей оценки недвижимости и особенностей отечественной практики оценки объектов недвижимости

ИДК ПК-1.5 Осуществление обоснованных решений и действий при инвестировании, владении и эксплуатации недвижимости

Знать:

ПК-1.5/Зн2 О правилах и способах сбора информации и проведения анализа для принятия обоснованного решения в деятельности с недвижимостью

ПК-1.5/Зн3 Методик и способов для обоснования решения путем проведения расчетов экономических и социально-экономических показателей на всех стадиях инвестирования, владения, эксплуатации недвижимости

ПК-1.5/Зн4 Основных экономических показателей, характеризующих коммерческую недвижимость

ИДК ПК-1.6 Демонстрирует навыки юридической экспертизы документов, предоставляемых на стадиях инвестирования, владения или эксплуатации

Знать:

ПК-1.6/Зн1 О видах и особенностях объектов недвижимости и основания оформления прав на них и совершения сделок с недвижимостью

ПК-1.6/Зн2 О правовом статусе участников отношений, возникающих при осуществлении государственного кадастрового учета и (или) государственной регистрации прав

ПК-1.6/Зн3 Основных закономерностей создания и функционирования информационных процессов в правовой сфере; основ государственной политики в области информации и современных методов и средств поиска систематизации и обработки правовой информации

		ИДК ПК-1.7 Анализирует и разрабатывает процесс управления рисками и корректировку реестров рисков в рамках отдельных бизнес-процессов и функциональных направлений Знать: ПК-1.7/Зн1 Основ документирования процесса управления рисками и корректировки реестров рисков в рамках задач с применением современных технологий при подготовке документации в отношении недвижимости и отдельных бизнес-процессов и функциональных направлений ПК-1.7/Зн2 Методов и технологий сбора и систематизации информации для градостроительной документации и сопутствующих исследований ПК-1.7/Зн3 Основных принципов и технологий использования инвестиционных ресурсов организации при реализации инновационных проектов на стадиях разработки и последующей эксплуатации
--	--	---

3. Шкала оценивания

Оценка	Критерии оценивания (перечень сформированных ИДК/ЗУВ)
Отлично	УК-10.1 Использует методы экономического планирования УК-10.1/Зн1 Основных экономических концепций, главных закономерностей развития экономики на микро- и макроуровнях, основных показателей, характеризующих развитие национальной и мировой экономики УК-10.1/Зн2 Основных теоретических аспектов и практических приемов для экономического обоснования оптимального управленческого решения в области разработки и внедрения новых направлений деятельности организации УК-10.1/Зн3 Экономических законов производства и методов планирования: спроса и предложения, рыночного ценообразования, положительные и отрицательные стороны рыночной и нерыночной экономики УК-10.1/Ум1 Находить и использовать экономическую информацию, владеть методами ее анализа и навыками расчета экономических показателей УК-10.1/Ум2 Применять современные методики и технологии для экономического обоснования в процессе принятия управленческого решения по выбору оптимального варианта развития организации УК-10.1/Ум3 Оценивать постоянно изменяющуюся социально-экономическую ситуацию в организации и ее влияние на возникновение управленческих проблем и задач УК-10.1/Нв1 Навыками выявления проблем экономического характера при анализе конкретных ситуаций в различных областях жизнедеятельности и принимать обоснованные экономические решения, выбирая оптимальный способ их реализации УК-10.1/Нв2 Навыками сбора и обработки информации для принятия решения по экономическому обоснованию оптимального варианта и экономически целесообразного направления развития организации УК-10.1/Нв3 Навыками решения простейших задач по планированию; навыками графического иллюстрирования вопросов экономики

УК-10.2 Проводит анализ экономической и финансовой деятельности для принятия экономических решений; использует методы экономического планирования

УК-10.2/Зн1 Основных методик маркетингового анализа и технологий для разработки и внедрения новых перспективных направлений бизнеса путем реализации инновационных программ и проектов с учетом рисков и неопределенности рыночной ситуации

УК-10.2/Зн2 Актуальных маркетинговых концепций, позволяющих выработать оптимальные управленческие решения для формирования стратегии развития организации

УК-10.2/Зн3 Основных закономерностей создания и развития новых перспективных направлений бизнеса путем разработки инновационных программ и проектов с учетом рисков и неопределенности рыночной ситуации

УК-10.2/Ум1 Применять современные методики маркетингового анализа и другие маркетинговые инструменты для принятия обоснованного экономического решения в процессе разработки и освоения инновационных проектов

УК-10.2/Ум2 Практически использовать теоретические знания в области маркетинга для определения собственной рыночной позиции организации и ее успешной трансформации

УК-10.2/Ум3 Применять современные методики экономического обоснования проектов, разрабатывать бизнес-планы проектов инновационного развития организации

УК-10.2/Нв1 Навыками сбора и обработки маркетинговой информации о рыночной конъюнктуре, имеющей значение для реализации обоснованных экономических решений при разработке и реализации инновационных проектов и программ в профессиональной деятельности

УК-10.2/Нв2 Навыками формирования маркетинговой программы организации

УК-10.2/Нв3 Навыками расчетов экономического обоснования проектов, рисков в условиях неопределенности в процессе разработки и реализации новых направлений деятельности организации

УК-10.3 Применяет экономические инструменты в профессиональной деятельности; использует методы экономического планирования

УК-10.3/Зн1 Основных экономических концепций, главных закономерностей развития экономики на микро- и макроуровнях, основных показателей, характеризующих развитие национальной и мировой экономики; основных направлениях экономической политики государства и их воздействия на развитие различных сфер экономики страны

УК-10.3/Зн2 Основных закономерностей создания и развития новых перспективных направлений бизнеса путем разработки инновационных программ и проектов с учетом рисков и неопределенности рыночной ситуации

УК-10.3/Зн3 Основных положений нормативно-правовой базы экономической оценки недвижимости

УК-10.3/Ум1 Находить и использовать экономическую информацию, владеть методами её анализа и навыками расчёта экономических показателей

УК-10.3/Ум2 Систематизировать и обрабатывать информацию и использовать информационную базу сделок с недвижимостью и других баз и реестров для оценки стоимости недвижимости

УК-10.3/Ум3 Применять на практике методы оценки, руководствуясь стандартами оценочной деятельности; выявлять проблемы, определять цели, оценивать альтернативы, выбирать оптимальный вариант решения, оценивая результаты и последствия принятого управленческого решения в сфере экономики и управления развитием территорий

УК-10.3/Нв1 Навыками выявления проблем экономического характера при анализе конкретных ситуаций в различных областях жизнедеятельности и принимать обоснованные экономические решения, выбирая оптимальный способ их реализации

УК-10.3/Нв2 Навыками применения методики оценки недвижимости с учетом целей оценки и спецификации конкретного объекта недвижимости для разработки основных направлений развития предприятия

УК-10.3/Нв3 Навыками использования экономических знаний для описания, моделирования и анализа экономических процессов и явлений в различных сферах деятельности; методами сбора и анализа экономической информации

ПК-1.1 Разрабатывает мероприятия, направленные на предотвращение и снижение воздействия риска в разрезе отдельных видов и проводит их экономическую оценку

ПК-1.1/Зн1 Основных экономических показателей, характеризующих коммерческую недвижимость

ПК-1.1/Зн2 Показателей экономической эффективности портфеля недвижимости

ПК-1.1/Зн3 Основных принципов и технологий использования инвестиционных ресурсов организации при реализации инновационных проектов на стадиях разработки и последующей эксплуатации с учетом вероятных рисков

ПК-1.1/Ум1 Находить решение задач по управлению портфелем недвижимости на основе анализа исходных данных и методов оценки доходности и риска

ПК-1.1/Ум2 Осуществлять проектирование и стратегическое планирование портфеля недвижимости

ПК-1.1/Ум3 Применять теоретические знания практически для экономического обоснования проектной деятельности, связанной с инвестиционными ресурсами при разработке, реализации и эксплуатации объекта с учетом вероятных рисков

ПК-1.1/Нв1 Навыками применения стратегий управления портфелем недвижимости

ПК-1.1/Нв2 Навыками решения задач по управлению портфелем недвижимости на основе анализа исходных данных и методов оценки доходности и риска

ПК-1.1/Нв3 Навыками применять современные информационные технологии для поиска и выбора оптимального варианта инвестирования в недвижимость в процессе реализации инновационной программы развития организации, территории с учетом вероятных рисков

ПК-1.2 Использует геоинформационные методы и технологии в сфере недвижимости для снижения риска

ПК-1.2/Зн1 Способов описания и хранения географической информации

ПК-1.2/Зн2 Геоинформационных методов и технологий в сфере недвижимости

ПК-1.2/Зн3 Основных методов создания карт и планов. в том числе цифровых, для анализа различной градостроительной документации, являющейся объектами профессиональной деятельности

ПК-1.2/Ум1 Применять современные информационные технологии для поиска и обработки пространственных данных в сфере недвижимости

ПК-1.2/Ум2 Осуществлять сбор и систематизацию информации для градостроительной документации и сопутствующих исследований

ПК-1.2/Ум3 Представлять информацию в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий

ПК-1.2/Нв1 Навыками представления географической информации в базах пространственных данных

ПК-1.2/Нв2 Навыками анализа различной градостроительной документации, являющейся объектами профессиональной деятельности

ПК-1.2/Нв3 Навыками сбора и обработки и представления пространственной информации в целях развития территорий

ПК-1.3 Демонстрирует умение осуществлять и организовывать работы по поиску нормативно-правовых актов, отраслевых нормативных документов, анализу, отбору и обработки необходимой информации при решении задач повышения эффективности государственного и муниципального управления

ПК-1.3/Зн1 Основных требований и современных технологий подготовки документации при решении задач повышения эффективности государственного и муниципального управления

ПК-1.3/Зн2 О нормах административного права, отраслевых нормативных документах, регулирующих вопросы информационно-аналитической поддержки управленческих решений при решении задач повышения эффективности государственного и муниципального управления

ПК-1.3/Зн3 Современных методов (технологии) производства оценочных работ, этапы кадастровой оценки

ПК-1.3/Ум1 Применять основные требования и современные технологии подготовки документации при решении задач повышения эффективности государственного и муниципального управления

ПК-1.3/Ум2 Использовать нормы административного права в сфере государственного и муниципального управления для информационно-аналитической поддержки эффективности принимаемых управленческих решений

ПК-1.3/Ум3 Проводить оценочные работы в отношении недвижимого имущества, осуществлять оценочное зонирование и моделирование результатов

ПК-1.3/Нв1 Навыками применения современных информационных технологий при подготовке документации в отношении недвижимости

ПК-1.3/Нв2 Навыками работы с нормативными актами для удовлетворения потребностей государственного и муниципального управления в информационно-аналитической поддержке эффективности управленческих решений

ПК-1.3/Нв3 Навыками анализа рынка недвижимости и построения тематических оценочных карт

ПК-1.4 Формулирует на основе поставленной проблемы задачу оценки деятельности организации и способ ее решения через реализацию управления портфелем недвижимости

ПК-1.4/Зн1 Методов оценки доходности и рисков портфеля недвижимости

ПК-1.4/Зн2 Критериев формирования и оптимизации портфеля недвижимости

ПК-1.4/Зн3 Основных положений нормативно-правовой базы экономической оценки недвижимости; методов получения, обработки и использования информации для целей оценки недвижимости и особенностей отечественной практики оценки объектов недвижимости

ПК-1.4/Ум1 Осуществлять проектирование и стратегическое планирование портфеля недвижимости на основе критериев оптимизации

ПК-1.4/Ум2 Делать выводы по оценке эффективности портфеля недвижимости

ПК-1.4/Ум3 Правильно сформулировать цель оценки и определить вид стоимости; выполнять анализ рынка недвижимости для различных целей и обосновывать применение того или иного подхода и метода оценки

ПК-1.4/Нв1 Навыками осуществлять проектирование и стратегическое планирование портфеля недвижимости на основе критериев оптимизации

ПК-1.4/Нв2 Навыками проводить оценку эффективности портфеля недвижимости с использованием современных методик и технологий

ПК-1.4/Нв3 Навыками пользоваться основными инструментами оценки недвижимости для принятия оптимальных управленческих решений; навыками применения простых методов статистического анализа

ПК-1.5 Осуществление обоснованных решений и действий при инвестировании, владении и эксплуатации недвижимости

ПК-1.5/Зн2 О правилах и способах сбора информации и проведения анализа для принятия обоснованного решения в деятельности с недвижимостью

ПК-1.5/Зн3 Методик и способов для обоснования решения путем проведения расчетов экономических и социально-экономических показателей на всех стадиях инвестирования, владения, эксплуатации недвижимости

ПК-1.5/Зн4 Основных экономических показателей, характеризующих коммерческую недвижимость

ПК-1.5/Ум2 Оформлять результаты деятельности, организовывать процесс

ПК-1.5/Ум3 Принимать обоснованные решения и действия при работе с недвижимостью на основе расчетов экономических и социально-экономических показателей на всех стадиях инвестирования, владения, эксплуатации недвижимости

ПК-1.5/Ум4 Находить и использовать информацию о коммерческой недвижимости, владеть методами ее анализа и навыками расчета экономических показателей

ПК-1.5/Нв2 Навыки принимать обоснованные решения и действия при работе с недвижимостью

ПК-1.5/Нв3 Навыками пользоваться методами сбора исходных данных, проводить расчеты экономических и социально-экономических показателей на всех стадиях инвестирования, владения, эксплуатации недвижимости

ПК-1.5/Нв4 Навыками выявления проблем экономического характера при инвестировании, владении или эксплуатации коммерческой недвижимости

ПК-1.6 Демонстрирует навыки юридической экспертизы документов, предоставляемых на стадиях инвестирования, владения или эксплуатации

ПК-1.6/Зн1 О видах и особенностях объектов недвижимости и основания оформления прав на них и совершения сделок с недвижимостью

ПК-1.6/Зн2 О правовом статусе участников отношений, возникающих при осуществлении государственного кадастрового учета и (или) государственной регистрации прав

ПК-1.6/Зн3 Основных закономерностей создания и функционирования информационных процессов в правовой сфере; основ государственной политики в области информации и современных методов и средств поиска систематизации и обработки правовой информации

ПК-1.6/Ум1 Планировать, организовывать и проводить необходимые действия проведения юридической экспертизы на стадиях инвестирования, владения и эксплуатации

ПК-1.6/Ум2 Выявлять особенности правоотношений, возникающие в сфере регулирования учетно-регистрационной деятельности в точном соответствии с законом

ПК-1.6/Ум3 Применять современные информационные технологии для поиска и обработки правовой информации, оформления юридических документов и проведения статистического анализа информации

ПК-1.6/Нв1 Навыками планировать, организовывать и проводить необходимые действия проведения юридической экспертизы документов, предоставляемых на стадиях инвестирования, владения и эксплуатации

ПК-1.6/Нв2 Навыками анализа различных правовых явлений, юридических фактов, правовых норм и правовых отношений, регулирующих вопросы реализации прав на все виды коммерческой недвижимости на стадиях инвестирования, владения или эксплуатации кадастрового учета и (или) регистрации прав

ПК-1.6/Нв3 Навыками сбора и обработки информации, имеющей значения для реализации правовых норм в соответствующих сферах профессиональной деятельности

	ПК-1.7 Анализирует и разрабатывает процесс управления рисками и корректировку реестров рисков в рамках отдельных бизнес-процессов и функциональных направлений ПК-1.7/Зн1 Основ документирования процесса управления рисками и корректировки реестров рисков в рамках задач с применением современных технологий при подготовке документации в отношении недвижимости и отдельных бизнес-процессов и функциональных направлений ПК-1.7/Зн2 Методов и технологий сбора и систематизации информации для градостроительной документации и сопутствующих исследований ПК-1.7/Зн3 Основных принципов и технологий использования инвестиционных ресурсов организации при реализации инновационных проектов на стадиях разработки и последующей эксплуатации ПК-1.7/Ум1 Определять задачи, решаемые с применением современных технологий при подготовке документации в отношении недвижимости ПК-1.7/Ум2 Применять навыки экономического обоснования проектной деятельности, связанной с инвестиционными ресурсами при разработке, реализации и эксплуатации объекта ПК-1.7/Ум3 Использовать основные принципы и технологии применения инвестиционных ресурсов организации при реализации инновационных проектов на стадиях разработки и последующей эксплуатации ПК-1.7/Нв1 Навыки решать задачи с применением современных технологий при подготовке документации в отношении недвижимости ПК-1.7/Нв2 Навыками применять современные информационные технологии для поиска и выбора оптимального варианта инвестирования в недвижимость в процессе реализации инновационной программы развития ПК-1.7/Нв3 Навыками использовать основные принципы и технологии применения инвестиционных ресурсов организации при реализации инновационных проектов на стадиях разработки и последующей эксплуатации
Хорошо	УК-10.1 Использует методы экономического планирования УК-10.1/Зн1 Основных экономических концепций, главных закономерностей развития экономики на микро- и макроуровнях, основных показателей, характеризующих развитие национальной и мировой экономики УК-10.1/Зн2 Основных теоретических аспектов и практических приемов для экономического обоснования оптимального управленческого решения в области разработки и внедрения новых направлений деятельности организации УК-10.1/Зн3 Экономических законов производства и методов планирования: спроса и предложения, рыночного ценообразования, положительные и отрицательные стороны рыночной и нерыночной экономики УК-10.1/Ум1 Находить и использовать экономическую информацию, владеть методами ее анализа и навыками расчета экономических показателей УК-10.1/Ум2 Применять современные методики и технологии для экономического обоснования в процессе принятия управленческого решения по выбору оптимального варианта развития организации УК-10.1/Ум3 Оценивать постоянно изменяющуюся социально-экономическую ситуацию в организации и ее влияние на возникновение управленческих проблем и задач

УК-10.2 Проводит анализ экономической и финансовой деятельности для принятия экономических решений; использует методы экономического планирования

УК-10.2/Зн1 Основных методик маркетингового анализа и технологий для разработки и внедрения новых перспективных направлений бизнеса путем реализации инновационных программ и проектов с учетом рисков и неопределенности рыночной ситуации

УК-10.2/Зн2 Актуальных маркетинговых концепций, позволяющих выработать оптимальные управленческие решения для формирования стратегии развития организации

УК-10.2/Зн3 Основных закономерностей создания и развития новых перспективных направлений бизнеса путем разработки инновационных программ и проектов с учетом рисков и неопределенности рыночной ситуации

УК-10.2/Ум1 Применять современные методики маркетингового анализа и другие маркетинговые инструменты для принятия обоснованного экономического решения в процессе разработки и освоения инновационных проектов

УК-10.2/Ум2 Практически использовать теоретические знания в области маркетинга для определения собственной рыночной позиции организации и ее успешной трансформации

УК-10.2/Ум3 Применять современные методики экономического обоснования проектов, разрабатывать бизнес-планы проектов инновационного развития организации

УК-10.3 Применяет экономические инструменты в профессиональной деятельности; использует методы экономического планирования

УК-10.3/Зн1 Основных экономических концепций, главных закономерностей развития экономики на микро- и макроуровнях, основных показателей, характеризующих развитие национальной и мировой экономики; основных направлениях экономической политики государства и их воздействия на развитие различных сфер экономики страны

УК-10.3/Зн2 Основных закономерностей создания и развития новых перспективных направлений бизнеса путем разработки инновационных программ и проектов с учетом рисков и неопределенности рыночной ситуации

УК-10.3/Зн3 Основных положений нормативно-правовой базы экономической оценки недвижимости

УК-10.3/Ум1 Находить и использовать экономическую информацию, владеть методами её анализа и навыками расчёта экономических показателей

УК-10.3/Ум2 Систематизировать и обрабатывать информацию и использовать информационную базу сделок с недвижимостью и других баз и реестров для оценки стоимости недвижимости

УК-10.3/Ум3 Применять на практике методы оценки, руководствуясь стандартами оценочной деятельности; выявлять проблемы, определять цели, оценивать альтернативы, выбирать оптимальный вариант решения, оценивая результаты и последствия принятого управленческого решения в сфере экономики и управления развитием территорий

ПК-1.1 Разрабатывает мероприятия, направленные на предотвращение и снижение воздействия риска в разрезе отдельных видов и проводит их экономическую оценку

ПК-1.1/Зн1 Основных экономических показателей, характеризующих коммерческую недвижимость

ПК-1.1/Зн2 Показателей экономической эффективности портфеля недвижимости

ПК-1.1/Зн3 Основных принципов и технологий использования инвестиционных ресурсов организации при реализации инновационных проектов на стадиях разработки и последующей эксплуатации с учетом вероятных рисков

ПК-1.1/Ум1 Находить решение задач по управлению портфелем недвижимости на основе анализа исходных данных и методов оценки доходности и риска

ПК-1.1/Ум2 Осуществлять проектирование и стратегическое планирование портфеля недвижимости

ПК-1.1/Ум3 Применять теоретические знания практически для экономического обоснования проектной деятельности, связанной с инвестиционными ресурсами при разработке, реализации и эксплуатации объекта с учетом вероятных рисков

ПК-1.2 Использует геоинформационные методы и технологии в сфере недвижимости для снижения риска

ПК-1.2/Зн1 Способов описания и хранения географической информации

ПК-1.2/Зн2 Геоинформационных методов и технологий в сфере недвижимости

ПК-1.2/Зн3 Основных методов создания карт и планов. в том числе цифровых, для анализа различной градостроительной документации, являющейся объектами профессиональной деятельности

ПК-1.2/Ум1 Применять современные информационные технологии для поиска и обработки пространственных данных в сфере недвижимости

ПК-1.2/Ум2 Осуществлять сбор и систематизацию информации для градостроительной документации и сопутствующих исследований

ПК-1.2/Ум3 Представлять информацию в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий

ПК-1.3 Демонстрирует умение осуществлять и организовывать работы по поиску нормативно-правовых актов, отраслевых нормативных документов, анализу, отбору и обработке необходимой информации при решении задач повышения эффективности государственного и муниципального управления

ПК-1.3/Зн1 Основных требований и современных технологий подготовки документации при решении задач повышения эффективности государственного и муниципального управления

ПК-1.3/Зн2 О нормах административного права, отраслевых нормативных документах, регулирующих вопросы информационно-аналитической поддержки управленческих решений при решении задач повышения эффективности государственного и муниципального управления

ПК-1.3/Зн3 Современных методов (технологии) производства оценочных работ, этапы кадастровой оценки

ПК-1.3/Ум1 Применять основные требования и современные технологии подготовки документации при решении задач повышения эффективности государственного и муниципального управления

ПК-1.3/Ум2 Использовать нормы административного права в сфере государственного и муниципального управления для информационно-аналитической поддержки эффективности принимаемых управленческих решений

ПК-1.3/Ум3 Проводить оценочные работы в отношении недвижимого имущества, осуществлять оценочное зонирование и моделирование результатов

ПК-1.4 Формулирует на основе поставленной проблемы задачу оценки деятельности организации и способ ее решения через реализацию управления портфелем недвижимости

ПК-1.4/Зн1 Методов оценки доходности и рисков портфеля недвижимости

ПК-1.4/Зн2 Критериев формирования и оптимизации портфеля недвижимости

ПК-1.4/Зн3 Основных положений нормативно-правовой базы экономической оценки недвижимости; методов получения, обработки и использования информации для целей оценки недвижимости и особенностей отечественной практики оценки объектов недвижимости

ПК-1.4/Ум1 Осуществлять проектирование и стратегическое планирование портфеля недвижимости на основе критериев оптимизации

ПК-1.4/Ум2 Делать выводы по оценке эффективности портфеля недвижимости

ПК-1.4/Ум3 Правильно сформулировать цель оценки и определить вид стоимости; выполнять анализ рынка недвижимости для различных целей и обосновывать применение того или иного подхода и метода оценки

ПК-1.5 Осуществление обоснованных решений и действий при инвестировании, владении и эксплуатации недвижимости

ПК-1.5/Зн2 О правилах и способах сбора информации и проведения анализа для принятия обоснованного решения в деятельности с недвижимостью

ПК-1.5/Зн3 Методик и способов для обоснования решения путем проведения расчетов экономических и социально-экономических показателей на всех стадиях инвестирования, владения, эксплуатации недвижимости

ПК-1.5/Зн4 Основных экономических показателей, характеризующих коммерческую недвижимость

ПК-1.5/Ум2 Оформлять результаты деятельности, организовывать процесс

ПК-1.5/Ум3 Принимать обоснованные решения и действия при работе с недвижимостью на основе расчетов экономических и социально-экономических показателей на всех стадиях инвестирования, владения, эксплуатации недвижимости

ПК-1.5/Ум4 Находить и использовать информацию о коммерческой недвижимости, владеть методами ее анализа и навыками расчета экономических показателей

ПК-1.6 Демонстрирует навыки юридической экспертизы документов, предоставляемых на стадиях инвестирования, владения или эксплуатации

ПК-1.6/Зн1 О видах и особенностях объектов недвижимости и основания оформления прав на них и совершения сделок с недвижимостью

ПК-1.6/Зн2 О правовом статусе участников отношений, возникающих при осуществлении государственного кадастрового учета и (или) государственной регистрации прав

ПК-1.6/Зн3 Основных закономерностей создания и функционирования информационных процессов в правовой сфере; основ государственной политики в области информации и современных методов и средств поиска систематизации и обработки правовой информации

ПК-1.6/Ум1 Планировать, организовывать и проводить необходимые действия проведения юридической экспертизы на стадиях инвестирования, владения и эксплуатации

ПК-1.6/Ум2 Выявлять особенности правоотношений, возникающие в сфере регулирования учетно-регистрационной деятельности в точном соответствии с законом

ПК-1.6/Ум3 Применять современные информационные технологии для поиска и обработки правовой информации, оформления юридических документов и проведения статистического анализа информации

	ПК-1.7 Анализирует и разрабатывает процесс управления рисками и корректировку реестров рисков в рамках отдельных бизнес-процессов и функциональных направлений ПК-1.7/Зн1 Основ документирования процесса управления рисками и корректировки реестров рисков в рамках задач с применением современных технологий при подготовке документации в отношении недвижимости и отдельных бизнес-процессов и функциональных направлений ПК-1.7/Зн2 Методов и технологий сбора и систематизации информации для градостроительной документации и сопутствующих исследований ПК-1.7/Зн3 Основных принципов и технологий использования инвестиционных ресурсов организации при реализации инновационных проектов на стадиях разработки и последующей эксплуатации ПК-1.7/Ум1 Определять задачи, решаемые с применением современных технологий при подготовке документации в отношении недвижимости ПК-1.7/Ум2 Применять навыки экономического обоснования проектной деятельности, связанной с инвестиционными ресурсами при разработке, реализации и эксплуатации объекта ПК-1.7/Ум3 Использовать основные принципы и технологии применения инвестиционных ресурсов организации при реализации инновационных проектов на стадиях разработки и последующей эксплуатации
Удовлетворительно	УК-10.1 Использует методы экономического планирования УК-10.1/Зн1 Основных экономических концепций, главных закономерностей развития экономики на микро- и макроуровнях, основных показателей, характеризующих развитие национальной и мировой экономики УК-10.1/Зн2 Основных теоретических аспектов и практических приемов для экономического обоснования оптимального управленческого решения в области разработки и внедрения новых направлений деятельности организации УК-10.1/Зн3 Экономических законов производства и методов планирования: спроса и предложения, рыночного ценообразования, положительные и отрицательные стороны рыночной и нерыночной экономики УК-10.2 Проводит анализ экономической и финансовой деятельности для принятия экономических решений; использует методы экономического планирования УК-10.2/Зн1 Основных методик маркетингового анализа и технологий для разработки и внедрения новых перспективных направлений бизнеса путем реализации инновационных программ и проектов с учетом рисков и неопределенности рыночной ситуации УК-10.2/Зн2 Актуальных маркетинговых концепций, позволяющих выработать оптимальные управленческие решения для формирования стратегии развития организации УК-10.2/Зн3 Основных закономерностей создания и развития новых перспективных направлений бизнеса путем разработки инновационных программ и проектов с учетом рисков и неопределенности рыночной ситуации

УК-10.3 Применяет экономические инструменты в профессиональной деятельности; использует методы экономического планирования

УК-10.3/Зн1 Основных экономических концепций, главных закономерностей развития экономики на микро- и макроуровнях, основных показателей, характеризующих развитие национальной и мировой экономики; основных направлениях экономической политики государства и их воздействия на развитие различных сфер экономики страны

УК-10.3/Зн2 Основных закономерностей создания и развития новых перспективных направлений бизнеса путем разработки инновационных программ и проектов с учетом рисков и неопределенности рыночной ситуации

УК-10.3/Зн3 Основных положений нормативно-правовой базы экономической оценки недвижимости

ПК-1.1 Разрабатывает мероприятия, направленные на предотвращение и снижение воздействия риска в разрезе отдельных видов и проводит их экономическую оценку

ПК-1.1/Зн1 Основных экономических показателей, характеризующих коммерческую недвижимость

ПК-1.1/Зн2 Показателей экономической эффективности портфеля недвижимости

ПК-1.1/Зн3 Основных принципов и технологий использования инвестиционных ресурсов организации при реализации инновационных проектов на стадиях разработки и последующей эксплуатации с учетом вероятных рисков

ПК-1.2 Использует геоинформационные методы и технологии в сфере недвижимости для снижения риска

ПК-1.2/Зн1 Способов описания и хранения географической информации

ПК-1.2/Зн2 Геоинформационных методов и технологий в сфере недвижимости

ПК-1.2/Зн3 Основных методов создания карт и планов. в том числе цифровых, для анализа различной градостроительной документации, являющейся объектами профессиональной деятельности

ПК-1.3 Демонстрирует умение осуществлять и организовывать работы по поиску нормативно-правовых актов, отраслевых нормативных документов, анализу, отбору и обработке необходимой информации при решении задач повышения эффективности государственного и муниципального управления

ПК-1.3/Зн1 Основных требований и современных технологий подготовки документации при решении задач повышения эффективности государственного и муниципального управления

ПК-1.3/Зн2 О нормах административного права, отраслевых нормативных документах, регулирующих вопросы информационно-аналитической поддержки управленческих решений при решении задач повышения эффективности государственного и муниципального управления

ПК-1.3/Зн3 Современных методов (технологии) производства оценочных работ, этапы кадастровой оценки

	ПК-1.4 Формулирует на основе поставленной проблемы задачу оценки деятельности организации и способ ее решения через реализацию управления портфелем недвижимости ПК-1.4/Зн1 Методов оценки доходности и рисков портфеля недвижимости ПК-1.4/Зн2 Критериев формирования и оптимизации портфеля недвижимости ПК-1.4/Зн3 Основных положений нормативно-правовой базы экономической оценки недвижимости; методов получения, обработки и использования информации для целей оценки недвижимости и особенностей отечественной практики оценки объектов недвижимости ПК-1.5 Осуществление обоснованных решений и действий при инвестировании, владении и эксплуатации недвижимости ПК-1.5/Зн2 О правилах и способах сбора информации и проведения анализа для принятия обоснованного решения в деятельности с недвижимостью ПК-1.5/Зн3 Методик и способов для обоснования решения путем проведения расчетов экономических и социально-экономических показателей на всех стадиях инвестирования, владения, эксплуатации недвижимости ПК-1.5/Зн4 Основных экономических показателей, характеризующих коммерческую недвижимость ПК-1.6 Демонстрирует навыки юридической экспертизы документов, предоставляемых на стадиях инвестирования, владения или эксплуатации ПК-1.6/Зн1 О видах и особенностях объектов недвижимости и основания оформления прав на них и совершения сделок с недвижимостью ПК-1.6/Зн2 О правовом статусе участников отношений, возникающих при осуществлении государственного кадастрового учета и (или) государственной регистрации прав ПК-1.6/Зн3 Основных закономерностей создания и функционирования информационных процессов в правовой сфере; основ государственной политики в области информации и современных методов и средств поиска систематизации и обработки правовой информации ПК-1.7 Анализирует и разрабатывает процесс управления рисками и корректировку реестров рисков в рамках отдельных бизнес-процессов и функциональных направлений ПК-1.7/Зн1 Основ документирования процесса управления рисками и корректировки реестров рисков в рамках задач с применением современных технологий при подготовке документации в отношении недвижимости и отдельных бизнес-процессов и функциональных направлений ПК-1.7/Зн2 Методов и технологий сбора и систематизации информации для градостроительной документации и сопутствующих исследований ПК-1.7/Зн3 Основных принципов и технологий использования инвестиционных ресурсов организации при реализации инновационных проектов на стадиях разработки и последующей эксплуатации
Неудовлетворительно	Результаты обучения не сформированы на достаточном уровне

4. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля/Оценочное средство
Текущий контроль	Тестирование Реферат
Промежуточная аттестация	Реферат Экзамен

№ п/п	Наименование раздела	Контролируем ые ИДК	Вид контроля/ используемые оценочные материалы	
			Текущий	Промежут. аттестация
1	Основной	УК-10.1 УК-10.2 УК-10.3 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-1.4 ПК-1.5 ПК-1.6 ПК-1.7	Тестирование Реферат	Экзамен

5. Порядок проведения промежуточной аттестации

Порядок проведения промежуточной аттестации регламентируется локальными нормативными актами Университета:

- Положением о формах, периодичности, порядке текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по основным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Московский государственный университет геодезии и картографии», п.6 «Организация и проведение промежуточной аттестации».
- Положением о порядке осуществления образовательного процесса, проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Московский государственный университет геодезии и картографии», п.8 «Проведение промежуточной аттестации с применением ЭО и ДОТ».

Промежуточная аттестация: Экзамен, 4 семестр.

При проведении промежуточной аттестации в университете используются традиционные формы аттестации:

Форма промежуточной аттестации Шкала оценивания

ЭКЗАМЕН

"отлично",

"хорошо",

"удовлетворительно",

"неудовлетворительно"

Критерии и процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине

Устанавливаются следующие шкалы оценивания уровней освоения компетенций, предусмотренных рабочей программой.

При проведении экзамена и дифференцированного зачета:

«ПОВЫШЕННЫЙ» - выставляется оценка - 5 «ОТЛИЧНО», если среднее арифметическое значение оценок по элементам контроля находится в интер-вале от 4.5-5.0;

«БАЗОВЫЙ» - выставляется оценка - 4 «ХОРОШО», если среднее арифме-тическое значение оценок по элементам контроля находится в интервале от 3.5 - 4.4;

«ПОРОГОВЫЙ» - выставляется оценка - 3 «УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО», если среднее арифметическое значение оценок по элементам контроля находится в интервале от 2.5 - 3.4.

«НЕДОСТАТОЧНЫЙ» - выставляется оценка - 2 «НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО», если среднее арифметическое значение оценок по элементам контроля менее 2.5.

При проведении зачета, если достигнут один из показателей:

«ПОВЫШЕННЫЙ», «БАЗОВЫЙ» или «ПОРОГОВЫЙ» - выставляется оценка «ЗАЧТЕНО», если среднее арифметическое значение оценок находится в интервале от 2.5-5.0. В противном случае: если достигнут показатель «НЕДО-СТАТОЧНЫЙ.» - выставляется оценка

«НЕЗАЧТЕНО», если среднее арифметическое значение оценок по элементам контроля менее 2.5

6. Оценочные материалы текущего контроля

Раздел 1. Основной

Контролируемые ИДК: ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-1.4 ПК-1.5 ПК-1.6 ПК-1.7 УК-10.1 УК-10.2 УК-10.3

Тема 1.1. Территориальный маркетинг: сущность, маркетинговая среда, комплекс средств реализации.

Форма контроля/оценочное средство: Тестирование

Вопросы/Задания:

1. Что представляет собой маркетинговая среда территории и можно ли ею управлять?

Это совокупность условий, сил, субъектов, которые оказывают влияние на функционирование и развитие территории. Управлять ею можно, для чего нужно изучать компоненты и факторы внутренней и внешней среды, их влияние на развитие территории и прогнозировать их действие. Маркетинговая среда территории – это совокупность условий, сил, субъектов, которые оказывают влияние на функционирование и развитие территории. Важно понять, можно ли прогнозировать, выявлять причинно - следственные связи, осуществлять управление этими факторами.

2. Что представляет собой внутренняя среда территории?

Характеристики территории и преимущественно контролируемые ее факторы, к которым относятся ресурсы, социально-экономическое состояние и органы власти территории

3. Как нужно относиться к факторам макросреды территориального маркетинга?

Макросреда дана в своей объективности, она одинакова для всех. Но к ней можно приспособиться, принять ее правила игры. Однако ее нужно анализировать при разработке и осуществлении стратегического и оперативного менеджмента (планирования и управления) территории. Необходимо осуществлять прогнозирование внешней макросреды территории, результаты чего необходимо учитывать при разработке планов социально-экономического развития территории

4. Из каких элементов состоит территориальный продукт для потребителей?

1) конкретные характеристики (например, географическое положение, ресурсы, экономика, система транспорта и т.п.)

2) возможность трудоустройства, получения работы, возможность зарабатывать удовлетворительный уровень дохода и тратить его на товары и услуги, производимые на территории

3) система управления территорией (политика органов власти)

5. Если нужно поработать с внутренним образом территории, то на кого нужно направлять маркетинговые инструменты?

Предприниматели, население, поскольку именно они заинтересованы в создании комфортных условий проживания

6. Что позволяет увидеть «портфельная» матрица территории для разработки стратегии ее развития?

«Портфельная» матрица территории позволяет увидеть успешные и эффективные сегодня виды деятельности, имеющиеся на территории, а также, спрогнозировать, какие виды деятельности уже сегодня можно рассматривать как будущие потенциальные направления деятельности. Для этого можно использовать анализ по методу Бостонской консалтинговой группы (БКГ)

7. Потребность- это?

1. количество денег, которое потребитель может использовать для удовлетворения своих нужд
2. нужда, воплощенная в какую-то конкретную форму
3. товар, который способен удовлетворить нужду потребителя
4. все ответы верны
5. правильного ответа нет

8. Рынок покупателя определяет ситуацию, когда на рынке отмечается?

1. большое число потребителей
2. превышение предложения над спросом
3. превышение спроса над предложением
4. все ответы верны
5. правильного ответа нет

9. Спрос на товар (услугу) как категорию маркетинга- это?

1. нужда в конкретном виде продукции
2. потребность в товаре (услуге)
3. потребность в товаре, которая может быть оплачена потребителем
4. все ответы верны
5. правильного ответа нет

Форма контроля/оценочное средство: Реферат

Вопросы/Задания:

1. Реферат по дисциплине: "Маркетинг территорий" предусматривает выполнение реферата в соответствии с требованиями к содержанию и оформлению по методическим указаниям и защита с презентаций. В реферате помимо теоретической части содержится анализ по выбранной тематике данных конкретного объекта исследований (предприятия) и рекомендации по совершенствованию (желательно). Перечень тем (54) представлен.

1. Предпосылки применения теории маркетинга в территориальном управлении
2. Сущность маркетинга территорий.
3. Субъекты территориального маркетинга.
4. Цели, задачи, принципы, функции маркетинга, экономический смысл маркетинга территории.
5. Состав и структура маркетинговой среды территории.
6. Микросреда территории.
7. Макросреда территории.
8. Комплекс инструментов маркетинга территории.
9. Территориальный продукт.
10. Цена территориального продукта.
11. Месторасположение территориального продукта.
12. Продвижение территориального продукта.
13. Территориальные аспекты маркетинговой деятельности.
14. Субъекты маркетинга территорий.
15. Маркетинг страны.
16. Маркетинг региона.
17. Маркетинг города.
18. Маркетинг муниципального образования.
19. Маркетинг мест.
20. Способы повышения конкурентоспособности страны.
21. Конкурентоспособность и инвестиционная привлекательность региона.
22. Внедрение территориального маркетинга на уровне муниципального района, сельских и городских поселений
23. Понятие и сущность маркетинговых исследований территории.
24. Основные направления маркетинговых исследований.
25. Источники и виды маркетинговой информации.
26. Методика маркетинговых исследований.

27. Правила и процедуры маркетинговых исследований.
28. Сегментация рынка в территориальном маркетинге.
29. Макросегментация в маркетинге территорий.
30. Микросегментация в маркетинге территорий.
31. Характеристика основных групп потребителей в территориальном маркетинге.
32. Потребители ресурсов и общественных благ территории.
33. Критерии выбора привлекательных рыночных сегментов в маркетинге территорий
34. Позиционирование и дифференциация территории.
35. Дифференциация территорий.
36. Процесс выбора территории как места проживания и (или) осуществления деятельности
37. Разработка деловых стратегий территории.
38. Выбор приоритетных направлений деятельности - «портфельная стратегия».
39. Выбор направлений роста деловой активности на территории - стратегия роста.
40. Конкурентная стратегия.
41. Конкурентоспособность территории.
42. Классификация конкурентных преимуществ территории.
43. Функциональные стратегии территории.
44. Инвестиционная стратегия территории. Инвестиционный климат территории.
45. Маркетинг страны и маркетинг города: общее и особенное.
46. Механизмы формирования имиджа и репутации территории.
47. Проблемы конкурентоспособности страны на мировых рынках.
48. Регион, как объект исследования территориального маркетинга.
49. Выбор бренда в процессе формирования имиджа территории.
50. Особенности формирования программ продвижения территории
51. Основные направления деятельности органов государственной и муниципальной власти в системе маркетинга инфраструктуры.
52. Роль органов власти в организации взаимодействия и координации деятельности разных субъектов маркетинга территорий.
53. Маркетинг имиджа как стратегическое направление территориального маркетинга.
54. Маркетинг инфраструктуры как условие эффективного территориального маркетинга.

Тема 1.2. Потребление ресурсов и общественных благ территории. Поведение потребителей.

Форма контроля/оценочное средство: Тестирование

Вопросы/Задания:

1. Какие три уровня продукта выделяют в маркетинге?
 1. Сущность продукта (удовлетво-рение потребности или желания по-требителя),
 2. реальный продукт (качество, упа-ковка, стиль и прочее),
 3. продукт с подкреплением (нали-чие дополнительных характеристик и услуг)
2. Определите примеры затрат на территориальный продукт в группу явных затрат или группу вмененных издержек:
 1. Явные: Тарифы на проезд в общественном транспорте
 2. Явные: Уровень цен на продукты первой необходимости
 3. Вмененные: Срок согласования документов в местных органах власти
 4. Вмененные: Упущенная прибыль из-за запретительных мероприятий (перекрытие центральных улиц в городе при проведении масштабных мероприятий)
3. Какие существуют методы установления цены на территориальный продукт?
 1. ценовой - на основе затрат (например, для определения арендной платы за использование объектов муниципальной собственности);
 2. на основе платежеспособности - ориентированный на потребителя, с учетом платежеспособности потребителя, (если территория располагает какими-либо исключительными ресурсами, например, объектами природного наследия, значимыми для организации туристической деятельности);
 3. сравнение с конкурентами - конкурентное ценообразование (когда рассматриваются цены на похожие товары у конкурентов)

4. В чем заключается главная задача органов власти при реализации стратегического маркетинга территории?

Стратегический маркетинг территории направлен на создание условий комфортной жизни и ведения бизнеса в долгосрочной перспективе и оказание общественных (публичных) услуг населению, предпринимателям, приезжающим на данную территорию

5. Кто является основным заказчиком и потребителем результатов регионального управления?

Население данной территории (региона), кто выбрал долгосрочные отношения с данной территорией региона

6. Кто является основными субъектами маркетинга территорий?

1. некоммерческие организации (спортивные общества и федерации, национальные землячества и профессиональные союзы и др.);
2. территориальные органы власти и управления;
3. коммерческие организации (туристические компании, авиакомпании, гостиницы, объекты для досуга, торговые и промышленные предприятия и др.);
4. частные лица - жители территории, выходцы этой территории, в том числе известные личности данной территории (спортсмены, артисты, государственные деятели и др.).

7. В маркетинге товар понимается как?

1. продукт товара, произведенный для обмена
2. физический объект
3. набор свойств, позволяющих решить проблемы потребителя
4. все ответы верны
5. правильного ответа нет

8. Разновидности одного и того же товара являются?

1. конкурентами- желаниями
2. товарно-родовыми конкурентами
3. товарно-видовыми конкурентами
4. матками-конкурентами
5. правильного ответа нет

9. Любая фирма может воздействовать на рынок?

1. через модель 4P
2. только рекламой
3. только ценой
4. только товаром
5. правильного ответа нет
6. все ответы верны

Тема 1.3. Сегментация рынка в территориальном маркетинге.

Форма контроля/оценочное средство: Тестирование

Вопросы/Задания:

1. Что для территории будет более предпочтительно: транзит туристов через нее или пребывание туристов на ней, и почему?

Второе более предпочтительно, поскольку позволяет развивать индустрию гостеприимства (туризм), а значит продавать разнообразные туристические и не только товары и услуги, что позволяет зарабатывать на этом и создавать рабочие места для жителей территории. Таким образом, на территории остается больше добавленной стоимости, что положительно сказывается на доходах населения, предпринимателей и местного бюджета

2. Что понимают под продвижением территориального продукта и какие инструменты существуют для этого?

Продвижение продукта - это мероприятия или действия по информированию о достоинствах продукта потенциальных потребителей и стимулирование у них желания его купить. Продвижение территориального продукта — это комплекс мер, направленных на повышение

привлекательности территории для различных целевых групп (туристов, инвесторов, жителей и др.). Инструменты продвижения зависят от конкретной цели, но в целом включают в себя рекламу, PR, мероприятия по стимулированию спроса, организацию общественного мнения и прямой маркетинг

Основные инструменты: реклама, персональные (личные) продажи, мероприятия, стимулирующие спрос, организация общественного мнения (PR), прямой (интерактивный) маркетинг

3. Приведите общие подходы к макросегментации в территориальном маркетинге.

Макросегментация — это первичная разбивка всего рынка на сегменты с точки зрения потребностей целевой аудитории. Также, как и в маркетинге - демографическая, психографическая, поведенческая и географическая сегментация считаются четырьмя основными типами сегментации рынка, но существует также множество других стратегий, которые вы можете использовать, включая многочисленные вариации четырех основных типов.

4. Дайте характеристику основных групп потребителей в территориальном маркетинге?

В территориальном маркетинге выделяют основные группы потребителей: резиденты, нерезиденты, работники и частный класс. Резиденты – это люди, проживающие на данной территории, а нерезиденты – приезжие, включая туристов, студентов, временных работников и гостей. Рабочая сила и частный класс – это экономически активные группы, которые могут влиять на экономическое развитие территории.

5. В чем проявляются общие подходы к микросегментации в территориальном маркетинге?

Микросегментация в территориальном маркетинге – это разделение территории на более мелкие группы по различным характеристикам (например, демография, экономика, образ жизни) для более точного Targeting маркетинговых усилий. Общие подходы включают:

1. Демографическая сегментация: Разделение по возрасту, полу, семейному положению, образованию и доходам. Например, выделение семей с детьми для рекламы детских товаров или пенсионеров для рекламы услуг, связанных с отдыхом и здоровьем.

2. Географическая сегментация: Разделение по регионам, городам, районам, улицам. Например, реклама локальных сервисов или продуктов, актуальных для конкретной территории.

3. Экономическая сегментация: Разделение по доходам, уровню благосостояния, типу занятости. Например, реклама дорогих товаров для богатых, или акции и скидки для малоимущих.

4. Психографическая сегментация: Разделение по ценностям, интересам, образу жизни, типу личности. Например, реклама экологически чистого питания для эко-активистов или реклама спортивных товаров для людей, ведущих активный образ жизни.

5. Поведенческая сегментация: Разделение по покупательскому поведению, предпочтениям, использованию продуктов или услуг. Например, реклама продуктов, которые покупались ранее, или скидки для постоянных покупателей.

6. Как формируется и регулируется привлекательность рыночных сегментов в территориальном маркетинге?

Привлекательность рыночных сегментов в территориальном маркетинге формируется и регулируется посредством комплексного подхода, включающего оценку различных факторов, таких как размер сегмента, потребности целевой аудитории, конкурентная среда, потенциал прибыли, а также правовые и регуляторные аспекты. Регулирование же связано с воздействием на эти факторы через различные инструменты территориального маркетинга, направленные на повышение привлекательности территории для людей, бизнеса и инвестиций. Сегментация рынка:

Разделение целевой аудитории на группы с похожими потребностями, например, по финансовым возможностям или предпочтениям.

Анализ конкуренции:

Оценка основных игроков на рынке, их рыночных долей, стратегий и сильных сторон.

Понимание потребностей:

Анализ того, насколько продукт или услуга будут востребованы в данном сегменте.

Регулирование привлекательности:

Территориальный маркетинг:

Применение стратегий, направленных на повышение конкурентоспособности и привлекательности территории.

Инструменты территориального маркетинга:

Территориальный продукт: Представление территории как продукта, обладающего определенн

7. . Основной комплекса маркетинга является?

1. макросреда
2. микросреда
3. модель 4Р
4. субъекты маркетинга
5. правильного ответа нет
6. все ответы верны

8. Комплекс маркетинга-микс включает в себя?

1. управление предприятием
2. совокупность инструментов (товар, цена, сбыт, продвижение)
3. выбор условий реализации товара
4. все ответы верны
5. правильного ответа нет

9. Функциональная схема организации служб маркетинга на предприятии формируется по?

1. географическим регионам
2. типам рынков
3. функциям
4. группам товаров
5. иным образом

Тема 1.4. Позиционирование и дифференциация территории.

Форма контроля/оценочное средство: Тестирование

Вопросы/Задания:

1. Маркетинговая среда территории является?

1. частью его микросреды
2. частью его макросреды
3. совокупность микро и макросреды
4. все ответы верны
5. правильного ответа нет

2. Понятие макросреды отражает?

1. силы, влияющие на деятельность предприятия непосредственно
2. силы, не влияющие на деятельность предприятия
3. силы, влияющие на микросреду, в которой работает производитель
4. все ответы верны
5. правильного ответа нет

3. Микросреда территории - это?

1. набор свойств товара
2. функциональные структуры территории
3. формальные и неформальные группы
4. силы и субъекты, на которые территория может влиять
5. силы и субъекты, на которые территория не может влиять
6. правильного ответа нет

4. Макросреда фирма- это?

1. набор свойств товара
2. функциональные структуры предприятия
3. формальные и неформальные группы
4. силы и субъекты, на которые фирма может влиять
5. силы и субъекты, на которые фирма не может влиять
6. правильного ответа нет

5. К микросреде предприятия не относится?

1. средства массовой информации
2. население всей страны
3. торговые организации
4. все ответы верны
5. правильного ответа нет

6. . Контактные аудитории- это?

1. субъекты, которые могут оказать влияние на способность предприятия достигать поставленных целей
2. субъекты, которые непосредственно входят в контакт с предприятием и поставляют ему товары
3. субъекты, которые непосредственно контактируют с предприятием, покупая его товары
4. правильного ответа нет

7. Какие факторы определяют позиционирование и дифференциация территории?

Позиционирование и дифференциация территории зависят от множества факторов, включая её экономический, социальный, природный потенциал, а также уровень развития инфраструктуры и другие характеристики. Определяющими факторами являются также исторические, культурные и политические аспекты, а также взаимодействие территории с другими регионами и мировым сообществом.

8. Как осуществляется позиционирование в территориальном маркетинге с учетом теоретических аспектов?

В рамках стратегического менеджмента развития территории происходит первичное формирование образа территории, например: «Наша территория создаст для вас возможности поправить здоровье и интересно отдохнуть». Такой обобщенный образ территории может быть дополнен рядом значимых уточнений при проведении сегментации, например, что именно улучшить в здоровье и как отдохнуть. На основе полученных результатов формируются аргументы, которые в дальнейшем будут использоваться для информирования потенциальных потребителей и помогут определить конкретные шаги по продвижению своей территории. Углубленный анализ сегментов позволяет уточнить образ территории и осуществлять в дальнейшем определенную стратегию позиционирования территории.

Ф. Котлер указывает, что позиционирование товара на рынке — действия по обеспечению товару конкурентоспособного положения на рынке и разработка соответствующего комплекса маркетинга. Эл Райе и Дж. Траут, которые ввели в научный оборот термин «позиционирование», пишут, что это операция на сознании потенциальных покупателей. То есть вы позиционируете продукт на умах своих клиентов. Эти же авторы дают новое определение позиционирования: ваше самодифференцирование в сознании клиентов.

9. Как проводится дифференциация территории?

Дифференциация территории — это процесс выделения различных зон с уникальными характеристиками. Он может быть связан с различными аспектами, такими как экономика, социальные структуры, экология и физическая география.

Территориальная дифференциация

подразумевает процесс деления и выделения территорий на основе определенной характеристики. Это может быть, например, экономический подраздел (сельская и городская зоны), социальная структура (зоны с высокой и низкой плотностью населения), или даже экологический фактор (зоны с разным уровнем загрязнения).

Методы дифференциации:

Экономическая дифференциация: Анализ различных регионов по уровню экономического развития, доходности, уровню занятости, типам промышленности и т.д.

Социальная дифференциация: Изучение характеристик населения, таких как этнический состав, уровень образования, религиозные убеждения, социальный статус и другие факторы.

Экологическая дифференциация: Определение различных зон на основе экологических факторов, таких как уровень загрязнения воздуха и воды, типы ландшафта, особенности флоры и фауны.

Физическая дифференциация: Оценка территорий по таким параметрам, как рельеф, климат, геологические особенности и другие физические факторы.

Использование дифференциации территории:

Территориальная дифференциация часто используется для:

Планирования развития: Определение приоритетных направлений развития для разных зон.

Разработки стратегий: Создание целевых программ для различных территорий с учетом их особенностей.

Региональной политики: Формирование политики для различных территорий, учитывая их уникальные характеристики.

Примеры дифференциации:

Разделение городов на районы: Выделение зон с разной плотностью населения, типами жилья, транспортной доступностью и т.д.

Классификация регионов: Разделение регионов на зоны с разным уровнем экономического развития, социальной структурой и т.д.

Создание особо охраняемых территорий: Выделение зон с уникальной природой, историческими и культурными ценностями.

В целом, территориальная дифференциация – это важный инструмент для понимания и управления сложными территориями, а также для эффективного планирования и реализации стратегий развития.

10. На чем строится процесс и результат выбора территории как места проживания или осуществления хозяйственной деятельности?

Выбор территории для проживания или деятельности основывается на оценке её как "территориального продукта", который включает в себя множество факторов, влияющих на выбор человека. Этот продукт оценивается и сравнивается с другими территориальными продуктами, чтобы определить наиболее выгодный вариант.

Основные факторы, влияющие на выбор:

Экономические факторы:

Стоимость проживания, доступность работы, уровень зарплат, налоговая политика.

Социальные факторы:

Уровень жизни, наличие образовательных и медицинских учреждений, инфраструктуры, культурных и развлекательных объектов.

Географические факторы:

Климат, транспортная доступность, удаленность от других городов, наличие природных ресурсов.

Особенности территории:

Имидж территории, её исторические и культурные ценности, привлекательность для туристов.

Предметные факторы:

Наличие конкретных объектов или услуг, которые важны для человека (например, наличие определенного вида работы, доступ к определенным культурным событиям).

Личные факторы:

Возраст, семейное положение, интересы и предпочтения человека, его привычки и ценности.

Результат выбора территории:

Проживание:

Выбор места жительства определяется сочетанием перечисленных факторов, а также личными предпочтениями человека.

Хозяйственная деятельность:

Выбор территории для ведения бизнеса или инвестирования зависит от наличия необходимых

ресурсов, конкурентной среды, а также привлекательности территории для инвесторов.

Тема 1.5. Анализ конкуренции в территориальном маркетинге.

Форма контроля/оценочное средство: Тестирование

Вопросы/Задания:

1. «Философия маркетинга» утверждает, что цели организации могут быть достигнуты в сфере?

1. производства
2. распределения
3. удовлетворения потребностей
4. реализации
5. все ответы верны
6. правильного ответа нет

2. Благожелательное отношение потребителей к широко распространенным и доступным по цене товарам (услугам) - это основание для реализации маркетинговой концепции?

1. совершенствования товара
2. интенсификации коммерческих усилий (реклама)
3. совершенствования производства
4. все ответы верны
5. правильного ответа нет

3. . Ориентация фирмы на извлечение прибыли в основном за счет увеличения объемов продаж производимого товара (услуги) характерна для?

1. стратегии современного маркетинга
2. интенсификации коммерческих усилий
3. стратегии совершенствования производства
4. все ответы верны
5. правильного ответа нет

4. Стратегия, построенная на предположении, что потребители будут покупать товары (услуги) только наивысшего качества, соответствует маркетинговой концепции?

1. совершенствования производства
2. современного маркетинга
3. совершенствования товара
4. все ответы верны
5. правильного ответа нет

5. Согласно маркетинговой концепции, для эффективного функционирования в условиях рыночной экономики предприятие должно стремиться к получению максимальной прибыли от своей деятельности за счет?

1. поддержания максимальных, допускаемых конъюнктурой рынка, цен на товары (услуги)
2. максимального снижения издержек производства
3. наилучшего удовлетворения спроса клиентуры на товары наиболее выгодным для предприятия образом
4. все ответы верны
5. правильного ответа нет

6. . Концепция интенсификации коммерческих усилий определяет цель маркетинговой деятельности- увеличение продаж за счет?

1. использования интенсивных технологий производства
2. стимулирования сбыта
3. удовлетворения потребностей потребителей
4. все ответы верны
5. правильного ответа нет

7. В чем проявляется становление конкурентных отношений между территориями?
Становление конкурентных отношений между территориями проявляется в борьбе за

ресурсы, привлекательность для инвестиций и рабочей силы, а также в развитии инфраструктуры и инноваций. Территории стремятся к созданию уникальных конкурентных преимуществ, чтобы привлечь инвестиции, талантливых специалистов и повысить качество жизни. Борьба за ресурсы:

Территории конкурируют за доступ к природным ресурсам, таким как вода, нефть, газ, и другие, чтобы обеспечить экономический рост и благосостояние населения.

Привлекательность для инвестиций:

Для привлечения инвестиций территории стараются создать благоприятную бизнес-среду, предлагая налоговые льготы, упрощенные процедуры регистрации бизнеса и поддержку начинающим предпринимателям.

Привлечение рабочей силы:

Конкуренция за квалифицированную и талантливую рабочую силу проявляется в развитии образовательных учреждений, предоставлении социальных гарантий и улучшении качества жизни.

Развитие инфраструктуры:

Инфраструктура, такая как дороги, железные дороги, аэропорты, телекоммуникации, играет важную роль в конкурентоспособности территории, поскольку она обеспечивает доступ к рынкам и облегчает ведение бизнеса.

Развитие инноваций:

Территории стремятся стать центрами инноваций, внедряя новые технологии, стимулируя научные исследования и поддерживая стартапы.

Создание конкурентных преимуществ:

Территории стремятся выявить и усилить свои уникальные преимущества, чтобы отличаться от других территорий. Эти преимущества могут быть связаны с географическим положением, наличием природных ресурсов, квалифицированной рабочей силой, историческими и культурными ценностями и другими факторами.

Соревнование за доминирование:

Конкурентные отношения между территориями могут проявляться в виде соревнований за лидерство в определенной отрасли, за привлекательность для туристов или за создание инновационных экосистем.

Влияние на международную конкурентоспособность:

В современных условиях многие территории стремятся к интеграции в международную экономику, что приводит к усилению конкуренции между ними на глобальном уровне.

8. Как необходимо формировать развитие территории с учетом сложившихся конкурентных взаимоотношений между территориями?

Развитие территории необходимо формировать, ориентируясь на выявление и использование конкурентных преимуществ, а также на стратегическое взаимодействие с другими территориями. Важно понимать, что конкуренция – это не только борьба, но и стимул для развития.

Основные принципы:

1. Анализ конкурентной среды:

Необходимо провести анализ конкурентной среды, определить сильные и слабые стороны территории, выявить имеющиеся конкурентные преимущества и возможности.

2. Стратегическое планирование:

На основе анализа разработать стратегию развития, которая учитывает конкурентные отношения с другими территориями. Эта стратегия должна быть направлена на усиление конкурентных преимуществ и привлечение инвестиций.

3. Развитие конкурентных преимуществ:

Инновации: Стимулировать развитие науки, технологий, инноваций. Развитие высокотехнологичных отраслей, базовых отраслей промышленности.

Инфраструктура: Развивать конкурентные преимущества в транспортной инфраструктуре.

Кадры: Формировать конкурентоспособную рабочую силу, развивать образование и профессиональные навыки.

Бизнес-среда: Создавать благоприятную бизнес-среду, упрощать регуляторные процедуры, привлекать инвестиции.

4. Взаимодействие с другими территориями.

Сотрудничество: Вместо конкуренции, где это возможно, необходимо строить сотрудничество с другими территориями.

Региональная кооперация: Развивать региональную кооперацию, совместные проекты, обмен опытом.

Привлечение инвестиций: Вместе с другими территориями привлекать инвестиции в регион, создавать совместные инвестиционные проекты.

5. Оптимизация ресурсного обеспечения:

Эффективное использование ресурсов: Оптимизировать использование природных, трудовых и финансовых ресурсов, чтобы повысить конкурентоспособность территории.

Реформирование естественных монополий:

Совершенствовать работу естественных монополий, чтобы обеспечить доступ к ресурсам на конкурентных условиях.

9. Что определяет конкурентоспособность территории?

Конкурентоспособность территории (реможенная, региона, города) определяется множеством факторов, которые можно разделить на экономические, социальные, политические и другие. Эти факторы влияют на положение территории на рынке и ее способность привлекать инвестиции, таланты и бизнес.

Основные факторы, определяющие конкурентоспособность территории:

Экономические факторы:

Уровень экономического развития, темпы роста ВВП, наличие и качество инфраструктуры, включая транспортную, энергетическую и телекоммуникационную.

Диверсификация экономики, наличие инновационных и высокотехнологичных отраслей, а также поддержка малого и среднего бизнеса.

Уровень трудовых ресурсов, квалификация и производительность труда, а также система подготовки и переподготовки кадров.

Эффективность использования природных ресурсов и охрана окружающей среды.

Условия ведения бизнеса, включая налоговую систему, регуляторную среду, а также доступ к финансовым ресурсам и кредитам.

Социальные факторы:

Качество жизни населения, включая доступ к образованию, здравоохранению, культурным и развлекательным мероприятиям.

Система социальной защиты населения, включая пенсии, пособия и поддержку малоимущих слоев населения.

Развитие гражданского общества, участие населения в принятии решений, а также уровень доверия к власти.

Культурная и историческая привлекательность территории, ее уникальные особенности и туристические ресурсы.

Политические и институциональные факторы:

Политическая стабильность, прозрачность и эффективность государственного управления.

Отсутствие коррупции, уровень защиты прав собственности и соблюдения контрактов.

Роль региональных властей в развитии территории, их способность привлекать инвестиции и поддерживать бизнес.

Международная политика и отношения, влияние на экономическую и социальную ситуацию.

В целом, конкурентоспособность территории - это ее способность создавать и эффективно использовать свои конкурентные преимущества, что позволяет ей привлекать инвестиции, кадры и бизнес, а также обеспечивать высокий уровень жизни населения.

10. Как осуществляется конкуренция и одновременно сотрудничество территорий?

Конкуренция и сотрудничество – две стороны единого процесса, присущего всем сферам, включая территорию. Территории конкурируют за ресурсы, инвестиции, туристов, квалифицированную рабочую силу и другие экономические преимущества. Сотрудничество же направлено на решение общих проблем, развитие инфраструктуры, создание совместных проектов и укрепление региональной интеграции.

Конкуренция:

Локальная:

Борьба между городами или районами внутри одного региона за ресурсы, инвесторов и население.

Региональная:

Конкуренция между регионами (субъектами федерации, например) за привлечение инвестиций, развитие инфраструктуры и другие преимущества.

Глобальная:

Конкуренция между регионами различных стран за привлечение инвестиций, туристов и другие экономические выгоды.

Сотрудничество:

Решение общих проблем:

Объединение усилий для решения проблем, затрагивающих несколько территорий (например, экологических, транспортных).

Развитие инфраструктуры:

Совместные проекты по развитию транспортной, энергетической, коммуникационной инфраструктуры.

Развитие совместных проектов:

Совместные программы в сфере науки, образования, культуры, туризма.

Интеграция:

Формирование региональных альянсов для укрепления экономических, социальных и культурных связей между территориями.

Примеры:

Конкуренция между Химками и другими городами Московской области за привлечение новых предприятий и жителей.

Сотрудничество между Химками и другими городами Московской области в рамках различных инфраструктурных проектов (например, развитие транспортной системы).

Почему конкуренция и сотрудничество сосуществуют?

Конкуренция стимулирует развитие территорий, заставляет их повышать качество жизни, улучшать условия для бизнеса и привлекать инвестиции. Сотрудничество же позволяет решать общие проблемы, снижать затраты на инфраструктуру и более эффективно использовать ресурсы, что в итоге также способствует развитию.

В итоге, успешная территория – это та, которая умело сочетает конкуренцию и сотрудничество, используя первый для развития и повышения привлекательности, а второе – для решения общих проблем и достижения общей цели.

Тема 1.6. Стратегический менеджмент территории и территориальный маркетинг.

Форма контроля/оценочное средство: Тестирование

Вопросы/Задания:

1. Какая концепция утверждает, что потребители будут благосклонны к товарам и услугам, широко распространенным и доступным по цене?

1. совершенствования производства
2. совершенствование товара
3. интенсификации коммерческих усилий
4. маркетинга
5. маркетинга-взаимодействия

2. Какая концепция утверждает, что потребители будут благосклонны к товарам и услугам высшего качества, независимо от цены?

1. совершенствования производства
2. совершенствование товара
3. интенсификации коммерческих усилий
4. маркетинга
5. маркетинга-взаимодействия

3. Какая концепция утверждает, что желаемого объема продаж нельзя достичь, если отсутствует агрессивная реклама?

1. совершенствования производства
2. совершенствование товара
3. интенсификации коммерческих усилий
4. маркетинга
5. маркетинга-взаимодействия

4. Какая концепция утверждает, что цели организации могут быть достигнуты при помощи удовлетворения потребностей более эффективным, чем у конкурентов, способом?

1. совершенствования производства
2. совершенствование товара
3. интенсификации коммерческих усилий
4. маркетинга
5. маркетинга-взаимодействия

5. По характеру исследования цели могут быть?

1. кабинетные или полевые
2. перспективные или текущие
3. поисковые, описательные или экспериментальные
4. все ответы верны
5. правильного ответа нет

6. На чем должно строиться развитие государственной региональной политики в условиях соперничества территорий за различные виды ресурсов?

Развитие государственной региональной политики в условиях соперничества территорий за ресурсы должно строиться на принципах справедливости, эффективности и устойчивости. Необходима разработка систем, стимулирующих сотрудничество регионов, а не конкуренцию, а также обеспечение равных возможностей для всех. Государство должно играть роль регулятора, обеспечивая стабильность и предсказуемость в распределении ресурсов, а также способствуя созданию условий для инноваций и развития.

Подробнее:

Справедливость:

Важно учитывать потребности и возможности каждого региона, а не просто распределять ресурсы пропорционально численности населения или размеру территории. При оценке потребностей следует учитывать социально-экономическое развитие, уровень бедности, доступность услуг, наличие инфраструктуры и других факторов.

Эффективность:

Необходимо разрабатывать механизмы, которые стимулируют регионы к рациональному использованию ресурсов и к развитию. Это может включать в себя предоставление грантов на реализацию инновационных проектов, налоговые льготы для стимулирования инвестиций, а также создание специальных экономических зон.

Устойчивость:

Региональная политика должна быть направлена на долгосрочное развитие, а не на краткосрочные выгоды. Это означает необходимость учитывать экологические аспекты, а также создавать условия для развития человеческого капитала, обеспечивая доступ к качественному образованию и медицинским услугам.

Сотрудничество:

Государство должно стимулировать сотрудничество между регионами, в том числе через создание межрегиональных проектов и программ, а также через обмен опытом и знаниями. Важно также развивать механизмы, позволяющие регионам привлекать инвестиции из других регионов и стран.

Диверсификация экономики:

Необходимо поддерживать развитие не только традиционных отраслей, но и новых, перспективных секторов экономики, таких как информационные технологии, биотехнология, и другие. Это позволит регионам повысить свою устойчивость и снизить зависимость от одного вида ресурсов.

Активное участие граждан:

Региональная политика должна быть направлена на улучшение качества жизни населения, в том числе через обеспечение доступа к услугам, участие в принятии решений и создание условий для развития гражданской активности.

Справедливость:

Важно учитывать потребности и возможности каждого региона, а не просто распределять ресурсы пропорционально численности населения или размеру территории. При оценке потребностей следует учитывать социально-экономическое развитие, уровень бедности, доступность услуг, наличие инфраструктуры и других факторов.

Эффективность:

Необходимо разрабатывать механизмы, которые стимулируют регионы к рациональному использованию ресурсов и к развитию. Это может включать в себя предоставление грантов на реализацию инновационных проектов, налоговые льготы для стимулирования инвестиций, а также создание специальных экономических зон.

Устойчивость:

Региональная политика должна быть направлена на долгосрочное развитие, а не на краткосрочные выгоды. Это означает необходимость учитывать экологические аспекты, а также создавать условия для развития человеческого капитала, обеспечивая доступ к качественному образованию и медицинским услугам.

Сотрудничество:

Государство должно стимулировать сотрудничество между регионами, в том числе через создание межрегиональных проектов и программ, а также через обмен опытом и знаниями. Важно также развивать механизмы, позволяющие регионам привлекать инвестиции из других регионов и стран.

Диверсификация экономики:

Необходимо поддерживать развитие не только традиционных отраслей, но и новых, перспективных секторов экономики, таких как информационные технологии, биотехнология, и другие. Это позволит регионам повысить свою устойчивость и снизить зависимость от одного вида ресурсов.

Активное участие граждан:

Региональная политика должна быть направлена на улучшение качества жизни населения, в том числе через обеспечение доступа к услугам, участие в принятии решений и создание условий для развития гражданской активности.

7. Каким образом осуществляется разработка деловых стратегий территории?

Разработка деловой стратегии территории — это процесс, направленный на повышение привлекательности и эффективности территории для ведения бизнеса. Он включает в себя анализ ресурсов, определение приоритетов развития, разработку конкретных планов и мер, а также оценку их эффективности.

Основные этапы:

1. Анализ территории:

Оценка текущей ситуации, сильных и слабых сторон, возможностей и угроз, а также анализ конкурентной среды. Это включает в себя анализ демографии, инфраструктуры, экономики, социальной сферы, природных ресурсов и других факторов.

2. Определение приоритетов развития:

Выбор ключевых направлений развития территории, таких как развитие конкретных отраслей, привлечение инвестиций, создание новых рабочих мест, улучшение качества жизни и др. Приоритеты должны быть согласованы с целями и задачами региона.

3. Разработка стратегии:

Формулировка конкретных планов и мер для достижения поставленных целей. Стратегия должна включать в себя конкретные мероприятия, сроки их реализации, ресурсы, необходимые для их реализации, и механизмы контроля и оценки эффективности.

4. Имплементация и мониторинг:

Реализация стратегии, контроль за выполнением мероприятий, оценка результатов и внесение необходимых корректировок.

5. Оценка и корректировка:

Периодическая оценка эффективности стратегии и внесение необходимых изменений в нее, чтобы обеспечить ее актуальность и соответствие изменяющимся условиям.

Основные инструменты:

Анализ SWOT:

Оценка сильных и слабых сторон, возможностей и угроз.

Анализ PEST:

Анализ политических, экономических, социальных и технологических факторов.

Анализ конкурентной среды:

Оценка конкурентов, их сильных и слабых сторон, стратегий и тактик.

Планирование проектов:

Разработка конкретных планов и мер для достижения целей.

Мониторинг и оценка:

Контроль за выполнением планов и оценка результатов.

Примеры деловых стратегий территории:

Привлечение инвестиций:

Создание благоприятного инвестиционного климата, продвижение территории как места для ведения бизнеса, предоставление льгот и преимуществ для инвесторов.

Развитие ключевых отраслей:

Поддержка и стимулирование развития отраслей, которые являются стратегически важными для территории, например, туризм, сельское хозяйство, информационные технологии.

Повышение конкурентоспособности:

Совершенствование инфраструктуры, развитие человеческого капитала, поддержка малого и среднего бизнеса.

Территориальный маркетинг

Создание позитивного имиджа территории, продвижение ее как места для жизни и отдыха.

Развитие инноваций:

Поддержка инновационных проектов, создание благоприятной среды для развития стартапов и наукоемких отраслей.

8. Каким образом происходит выбор приоритетных направлений деятельности – «портфельная» стратегия?

Приоритетные направления деятельности в рамках «портфельной» стратегии выбираются посредством системного подхода к управлению ассортиментом продуктов или услуг компании. Цель – выявить и использовать сильные стороны каждого "продукта" (бренда, направления) для достижения общих стратегических целей.

Элементы выбора:

1. Анализ портфеля:

Оценка каждого направления (бренда, продукта) по таким параметрам, как его рыночная позиция, прибыльность, рост, потенциал развития, соответствие текущим и будущим потребностям рынка.

2. Определение целей:

Чёткое формулирование целей для каждого направления, исходя из его сильных сторон и потенциала.

3. Стратегический анализ:

Исследование внешней и внутренней среды компании, включая анализ конкурентов, потребителей, рыночных трендов и доступных ресурсов.

4. Выбор приоритетных направлений:

Определение направлений, которые наиболее соответствуют целям компании и имеют наибольший потенциал роста и/или прибыльности.

5. Реализация стратегии:

Разработка и реализация конкретных планов и действий для каждого из выбранных приоритетных направлений, включая маркетинговые, операционные и финансовые стратегии.

6. Мониторинг и корректировка:

Постоянный мониторинг результатов и корректировка стратегии в зависимости от изменения рыночной ситуации и результатов работы направлений.

Ключевые факторы:

Сильные стороны каждого направления:

Определение его ключевых конкурентных преимуществ, инноваций, уникальных предложений и проч.

Цели компании:

В рамках портфельной стратегии важно убедиться, что цели каждого направления соответствуют общим целям компании.

Рыночная конъюнктура:

Необходимо учитывать текущую рыночную ситуацию, включая конкуренцию, тренды, потребительские предпочтения и проч.

Ресурсы компании:

Оценка доступных ресурсов (финансовых, человеческих, технологических и т.д.) и их распределение между приоритетными направлениями.

В итоге, «портфельная» стратегия позволяет компании не только эффективно управлять своим разнообразием, но и использовать сильные стороны каждого направления для достижения общих целей, увеличивая свой потенциал для роста и развития.

9. Что лежит в основе выбора направлений роста деловой активности на территории?

Территория не является только пассивным элементом, который «выбирают» потенциальные потребители благ и услуг территории. Территориальные органы власти должны вести себя активно - определить приоритеты развития территории и выбрать:

какие виды деятельности следует развивать и поддерживать на территории;

за счет каких факторов обеспечить развитие территории;

как обеспечить устойчивое конкурентное преимущество территории.

Анализ привлекательности сегментов рынка и объективно существующих конкурентных преимуществ территории позволяет найти ответы на поставленные вопросы и разработать деловые стратегии, которые обеспечат долгосрочные конкурентные преимущества территории.

10. Что включает в себя стратегия роста территории?

Стратегия роста территории – это долгосрочный план, определяющий развитие территории с учетом её потенциала и целей. Она включает в себя определение целей развития, анализ внешней и внутренней среды, разработку концепции и плана действий, а также оценку и мониторинг результатов.

стратегия роста территории включает:

Определение целей развития:

Какие конкретные результаты планируется достичь (например, рост населения, повышение уровня жизни, развитие определенных отраслей).

Анализ внешней и внутренней среды:

Оценка сильных и слабых сторон территории, выявление возможностей и угроз.

Разработка концепции развития:

Формулировка основных направлений и принципов развития территории, определение ключевых задач и приоритетов.

Разработка плана действий:

Четкий перечень конкретных шагов и мероприятий, направленных на достижение целей развития, с указанием сроков и ответственных лиц.

Оценка и мониторинг результатов:

Проверка эффективности реализации стратегии, анализ достигнутых результатов и внесение необходимых корректировок.

Дополнительные аспекты, которые могут быть включены в стратегию роста территории:

Развитие инфраструктуры:

Создание и модернизация транспортной, энергетической, коммуникационной

инфраструктуры.

Инвестиции:

Привлечение инвестиций в различные секторы экономики.

Поддержка бизнеса:

Создание благоприятной среды для развития предпринимательства.

Развитие образования и науки:

Формирование высококвалифицированной рабочей силы, инновационного развития.

Социальная поддержка населения:

Повышение уровня жизни, обеспечение доступа к социальным услугам.

Защита окружающей среды:

Обеспечение устойчивого развития, сохранение природных ресурсов.

Стратегия пространственного развития Российской Федерации:

Целью является сокращение межрегиональных различий в уровне и качестве жизни населения, а также повышение эффективности использования территории.

Стратегии развития отдельных городов и регионов:

Могут быть направлены на развитие определенной отрасли (например, туризма, промышленности), привлечение инвестиций, создание новых рабочих мест.

Стратегии развития муниципальных образований:

Могут включать в себя разработку и реализацию программ по улучшению жилищных условий, развитию социальной сферы, повышению экологической безопасности.

Тема 1.7. Организация и управление территориальным маркетингом. Территориальный маркетинг страны.

Форма контроля/оценочное средство: Тестирование

Вопросы/Задания:

1. По значению исследования цели могут быть?

1. кабинетные или полевые
2. перспективные или текущие
3. поисковые, описательные или экспериментальные
4. все ответы верны
5. правильного ответа нет

2. По источникам информации исследования могут быть?

1. кабинетные или полевые
2. перспективные или текущие
3. поисковые, описательные или экспериментальные
4. все ответы верны
5. правильного ответа нет

3. Закрытые вопросы включают в себя?

1. источники информации
2. возможные варианты ответов
3. вторичную информацию
4. первичную информацию
5. все ответы верны
6. правильного ответа нет

4. К какому виду исследования рынка относится изучение различных справочников и статистической литературы?

1. кабинетные исследования
2. полевые исследования
3. не относится к исследованиям
4. все ответы верны
5. правильного ответа нет

5. Совокупность сведений об объекте, перемещающихся в устойчивом направлении, представляет собой?

1. базу данных
2. информационный поток
3. маркетинговую информационную систему
4. все ответы верны
5. правильного ответа нет

6. В чем сущность функциональных стратегий территории?

Сущность функциональных стратегий территории заключается в детальном определении и реализации задач конкретных функциональных отделов (например, маркетинг, финансы, инфраструктура и т.д.) в рамках общей стратегии развития территории. Это помогает оптимизировать работу этих отделов и добиться поставленных целей, связанных с социально-экономическим развитием региона.

Детальность и конкретность:

Функциональные стратегии не просто определяют общие направления работы отделов, а устанавливают конкретные задачи, целевые показатели и методы их достижения, чтобы соответствовать общей цели развития территории.

Интеграция с общей стратегией:

Функциональные стратегии не должны быть изолированными, а должны быть тесно связаны с общей стратегией развития территории. Это позволяет всем частям работать согласованно и в достижении единой цели.

Оптимизация ресурсов и деятельности:

Функциональные стратегии помогают более эффективно использовать ресурсы (финансовые, человеческие и другие) и организовать работу отделов для достижения поставленных целей.

Примеры функциональных стратегий:

Маркетинговая стратегия, направленная на привлечение инвестиций, стратегия развития инфраструктуры, финансовая стратегия, направленная на привлечение дополнительных финансовых ресурсов для развития территории, и другие.

Достижение целей развития:

Функциональные стратегии, реализуемые эффективно, способствуют достижению конкретных целей развития территории, таких как создание рабочих мест, увеличение ВРП, улучшение качества жизни населения и других целей.

Роль функциональных стратегий в долгосрочном планировании:

Функциональные стратегии являются важным компонентом долгосрочного планирования развития территории, позволяя четко и последовательно реализовать цели.

7. Что определяет инвестиционный климат территории и каковы его составляющие?

Инвестиционный климат территории определяется множеством факторов, которые влияют на привлекательность территории для инвесторов. К основным составляющим относятся: политическая стабильность, уровень экономического развития, законодательство и правовая система, инфраструктура, качество рабочей силы, уровень коррупции и эффективность государственной поддержки бизнеса.

Политическая стабильность:

Нестабильная политическая обстановка, частая смена руководства, высокий уровень коррупции и отсутствие верховенства закона создают неопределенность и риски для инвесторов.

Экономическое развитие:

Инвесторы отдают предпочтение территориям с развитой экономикой, высоким уровнем жизни, хорошей инфраструктурой и конкурентоспособным бизнесом.

Законодательство и правовая система:

Ясное, понятное и стабильное законодательство, наличие гарантий для бизнеса, защита прав собственности, эффективная судебная система и прозрачное регулирование делают территорию более привлекательной для инвесторов.

Инфраструктура:

Развитая инфраструктура (дороги, коммуникации, энергетика) играет важную роль в

обеспечении комфортного и эффективного ведения бизнеса.

Качество рабочей силы:

Наличие квалифицированных и образованных кадров, а также развитая система образования и профессиональной подготовки, повышает инвестиционную привлекательность. Уровень коррупции:

Высокий уровень коррупции и бюрократии создает дополнительные риски и препятствия для инвесторов, отпугивая потенциальных участников инвестиционного процесса.

Государственная поддержка бизнеса:

Благоприятное законодательство, льготы, субсидии, гарантии и другие меры поддержки со стороны государства повышают инвестиционную привлекательность территории.

Влияние на инвестиционную привлекательность:

Эти факторы оказывают прямое и косвенное влияние на инвестиционную привлекательность территории. Территории с хорошим инвестиционным климатом, как правило, привлекают больше инвестиций, что ведет к росту экономики, созданию рабочих мест и повышению уровня жизни населения.

8. Дайте характеристику этапов внедрения маркетинга территории.

Внедрение маркетинга территории включает три основных этапа: исследовательский, разработки и реализации. На исследовательском этапе проводится анализ территории как продукта, включая анализ спроса, предложения, имиджа и конкурентной среды. На этапе разработки формируется маркетинговая стратегия, включающая создание новых продуктов, план повышения конкурентоспособности, интернет-маркетинг, брендинг и рекламную кампанию. На этапе реализации осуществляется внедрение разработанной стратегии.

Подробная характеристика этапов:

1. Исследовательский этап:

Анализ спроса: Определение целевой аудитории, их потребностей и ожиданий, анализ туристских потоков, основных рынков и других факторов.

Анализ имиджа дестинации: Оценка восприятия территории со стороны потребителей, анализ рейтингов и списков, оценка привлекательности.

Анализ предложения: Оценка качества туристического продукта, анализ ресурсов, анализ сильных и слабых сторон территории (SWOT-анализ).

Инструменты оценки: SWOT-анализ, STEP-анализ (социальные, технологические, экономические и политические факторы), топохронный анализ, ресурсный анализ.

2. Этап разработки:

Разработка новых продуктов: Создание новых туристических продуктов, адаптированных к потребностям целевой аудитории.

План повышения конкурентоспособности: Разработка стратегии для повышения конкурентоспособности территории на рынке.

Интернет-маркетинг: Разработка стратегии интернет-маркетинга для продвижения территории.

Брендинг и рекламная кампания: Разработка бренда и рекламной кампании для создания позитивного имиджа и привлечения внимания целевой аудитории.

3. Этап реализации:

Внедрение маркетинговой стратегии: Реализация разработанной стратегии, включая продвижение, рекламу, работу с целевой аудиторией и мониторинг результатов.

Маркетинг территорий - Туристическая библиотека

Этапы маркетинговой стратегии территории: * Исследовательский: всесторонний анализ и сбор информации по туристской дестинации: -

9. Что означает локализация территориального продукта страны?

Локализация территориального продукта означает адаптацию продукта или услуги к особенностям конкретной территории, включая культурные, языковые, законодательные и экономические факторы. Это включает не только перевод, но и изменение дизайна,

функциональности и других аспектов продукта для лучшего соответствия местным потребностям и ожиданиям.

Адаптация к культуре:

Это может включать изменение дизайна продукта, использование локальных языков и символов, а также учет культурных норм и традиций.

Адаптация к законодательству:

Это может включать изменение правил использования продукта, его маркировки, а также учет местных юридических требований.

Адаптация к экономическим факторам:

Это может включать изменение цен, способов оплаты, а также учет местных налогов и других экономических условий.

Повышение привлекательности:

Локализация помогает сделать продукт более привлекательным для местных потребителей, повышая его узнаваемость и доверие.

Улучшение потребительского опыта:

Локализация позволяет потребителям лучше понимать и использовать продукт, что может привести к повышению удовлетворенности и лояльности.

Примеры локализации:

Перевод программного обеспечения на местный язык, изменение цветовой гаммы в соответствии с местными вкусами, изменение форматов дат и времени, адаптация дизайна упаковки к местным стандартам, учет местных способов оплаты.

10. На чем строятся процессы сегментации и дифференциации применительно к маркетингу страны?

Сегментация и дифференциация при маркетинге страны строятся на основе анализа характеристик населения, его потребностей и культурных особенностей. Процесс сегментации подразумевает разделение населения на группы с похожими интересами и потребностями. Дифференциация, в свою очередь, предполагает создание уникального предложения для каждой группы.

Сегментация:

Географическая сегментация:

Разделение населения по регионам, климату, численности населения и другим географическим признакам. Например, можно выделить регионы с разным уровнем развития инфраструктуры или климатом, что повлияет на спрос на определенные товары.

Демографическая сегментация:

Разделение населения по возрасту, полу, образованию, семейному положению и другим демографическим признакам. Например, можно выделить целевые группы по возрасту (молодежь, пенсионеры) и разрабатывать для них соответствующие маркетинговые кампании.

Социально-экономическая сегментация:

Разделение населения по уровню дохода, профессии, образованию и другим социально-экономическим признакам. Например, можно выделить группы с высоким уровнем дохода, которые будут более чувствительны к ценам на товары и услуги, и разрабатывать для них соответствующие предложения.

Поведенческая сегментация:

Разделение населения по степени лояльности к брендам, частоте покупок, предпочтениям и другим поведенческим признакам. Например, можно выделить группы лояльных покупателей и предлагать им специальные акции.

Психографическая сегментация:

Разделение населения по образу жизни, ценностям, интересам и другим психологическим характеристикам. Например, можно выделить группы, которые ценят экологичность и предлагать им соответствующие товары.

Дифференциация:

Создание уникальных предложений для каждой сегментированной группы.

Направленная коммуникация, учитывающая интересы и потребности каждой группы.

Разработка специализированных продуктов и услуг.

Использование различных каналов коммуникации для каждой группы.

Примеры применения:

Туризм:

Можно выделить сегменты любителей активного отдыха, культурных туристов, семей с детьми и разрабатывать для них разные пакетные предложения и маршруты.

Образование:

Можно выделить сегменты студентов, школьников, абитуриентов и разрабатывать для них различные программы обучения и мероприятия.

Здравоохранение:

Можно выделить сегменты по типу заболевания, возрасту и разрабатывать для них различные программы профилактики и лечения.

Культура:

Можно выделить сегменты по интересам к различным видам искусства и разрабатывать для них соответствующие мероприятия и программы.

Тема 1.8. Территориальный маркетинг региона. Маркетинг муниципального образования.

Форма контроля/оценочное средство: Тестирование

Вопросы/Задания:

1. Целью функционирования маркетинговой информационной системы является?

1. создание плана маркетинга
2. предоставление информации для принятия управленческих решений
3. реализация маркетинговой концепции управления предприятием
4. все ответы верны
5. правильного ответа нет

2. Основные процессы, которые необходимо организовать для функционирования маркетинговой информационной системы?

1. сбор, переработка, анализ, передача и хранение информации
2. принятие решения по управлению предприятием
3. принятие решений по управлению маркетингом
4. все ответы верны
5. правильного ответа нет

3. Для функционирования маркетинговой информационной системы необходимы следующие ресурсы?

1. квалификационный персонал, обладающий навыками сбора и обработки информации
2. методические приемы работы с информацией
3. офисное оборудование
4. все перечисленные выше
5. правильного ответа нет

4. На каких принципах решается задача повышения конкурентоспособности России?

Задача повышения конкурентоспособности России решается на основе нескольких ключевых принципов, среди которых: развитие науки, инноваций и технологий, развитие высокотехнологичных и базовых отраслей промышленности, реформирование естественных монополий, развитие транспортной, энергетической инфраструктуры и повышение энергоэффективности, а также конкурентных преимуществ в сфере природопользования и аграрного сектора.

5. Назовите исходные условия анализа маркетинга территории.

Исходными условиями анализа маркетинга территории являются: ресурсы территории, ее уникальные характеристики, цели маркетинга и целевые рынки. Анализ проводится для определения, как эффективно продвигать территорию и привлекать людей или компании.

Ресурсы территории:

Это могут быть природные ресурсы (например, климат, ландшафт), культурные ресурсы (исторические места, события), экономические ресурсы (инфраструктура, предприятия) и социальные ресурсы (качество жизни, образование, здравоохранение).

Уникальные характеристики:

Это то, что делает территорию особенной и привлекательной для целевых групп. Например,

Химки может быть известна своей близостью к Москве, развитой инфраструктурой или уникальными природными зонами.

Цели маркетинга:

Это может быть привлечение новых жителей, инвесторов, туристов или повышение узнаваемости территории.

Целевые рынки:

Это группы людей или компаний, которые потенциально заинтересованы в данной территории (например, молодые специалисты, семьи с детьми, инвесторы в технологические проекты).

Анализ исходных условий позволяет определить сильные и слабые стороны территории, возможности для ее развития и угрозы, связанные с внешней средой. Это помогает разрабатывать эффективные маркетинговые стратегии для продвижения территории.

6. Перечислите критерии и факторы сегментации рынка территории.

Сегментация рынка территории подразумевает разделение общего рынка на различные группы потребителей (сегменты) на основе их географического положения, демографических характеристик, социально-экономического статуса, психографических особенностей и поведенческих факторов.

Основными критериями и факторами сегментации рынка территории являются:

Географические:

Страна, регион, область, город, район.

Плотность населения, численность населения, степень урбанизации.

Климат, географические особенности.

Часовые пояса.

Культурные особенности.

Демографические:

Возраст, пол, семейное положение, образование.

Уровень дохода, род занятости.

Социально-экономические:

Уровень дохода, профессия, образование, социальный класс.

Психографические:

Образ жизни, ценности, интересы, взгляды.

Социальный класс, уровень культурного развития.

Поведенческие:

Поведенческие характеристики, такие как частота и место совершения покупки, уровень лояльности к бренду, частота использования продукта.

Уровень вовлеченности в продукт, отношение к бренду.

Дополнительные критерии при сегментации:

Измеримость:

Доступность и точность информации о размерах, составе и потребностях сегмента.

Доступность:

Возможность эффективно достигать до сегмента с помощью маркетинговых каналов.

Значимость:

Размер и потенциал сегмента, его прибыльность и рентабельность.

Перспективность:

Рост и потенциал сегмента для дальнейшего развития бизнеса.

Конкурентоспособность:

Уровень конкуренции в сегменте и его защищенность от конкурентов.

Сходство представителей:

Однородность сегмента по основным показателям, определяющим схожую реакцию на маркетинговые усилия.

Интерпретируемость:

Возможность описания особенностей сегмента.

Возможность направленного воздействия:

Потенциал для проведения таргетированных маркетинговых кампаний.

7. Как осуществляется позиционирование региона?

Позиционирование региона – это процесс определения и передачи уникальных характеристик и преимуществ региона на рынке, чтобы он был хорошо узнаваем и привлекателен для целевой аудитории. Это делается для усиления конкурентоспособности региона и улучшения его восприятия со стороны инвесторов, туристов и других заинтересованных сторон.

Основные этапы позиционирования региона:

1. Анализ сильных и слабых сторон региона:

Определение ключевых конкурентных преимуществ, которые можно использовать в качестве отличительных черт, а также выявление недостатков, которые необходимо улучшить.

2. Определение целевой аудитории:

Анализ потенциальных клиентов (инвесторов, туристов, жителей и т.д.), их интересов, потребностей и ожиданий.

3. Разработка уникального торгового предложения (УТП):

Формулировка ключевого сообщения, которое выделяет регион среди других и привлекает целевую аудиторию.

4. Выбор каналов коммуникации:

Определение наиболее эффективных способов донести УТП до целевой аудитории (медийные ресурсы, социальные сети, участие в выставках и т.д.).

5. Оценка эффективности позиционирования:

Мониторинг результатов (приток инвестиций, рост туристических потоков, улучшение имиджа и т.д.) и внесение корректировок в стратегию при необходимости.

Стратегии позиционирования региона:

Конкурентное позиционирование:

Определение региона как лучшего в определенной области или сфере деятельности, чем другие регионы.

Позиционирование по потребителю:

Определение региона как идеального места для определенной группы людей (например, для семей с детьми, для любителей активного отдыха, для бизнесменов).

Позиционирование на основе ценности:

Выделение уникальных ценностей и преимуществ региона, которые делают его привлекательным (например, экологичность, культурное наследие, инновации).

Позиционирование на основе качества:

Определение региона как места с высоким качеством жизни, услуг и инфраструктуры.

Примеры позиционирования региона:

Силиконовая (Кремниевая) Долина:

Позиционируется как центр инноваций и технологий.

8. Что определяет конкурентоспособность и инвестиционную привлекательность региона?

Конкурентоспособность региона зависит от его производственных факторов, инфраструктуры, инновационного потенциала, а также качества институтов и социальной среды. Инвестиционная привлекательность, в свою очередь, определяется как баланс между инвестиционным потенциалом и риском, отражающим возможности региона для привлечения и эффективного использования капитала.

Факторы, влияющие на конкурентоспособность региона:

Производственные факторы:

Наличие и качество ресурсов, трудовых ресурсов, а также возможности для производства конкурентоспособной продукции.

Инфраструктурные факторы:

Доступность транспортной, энергетической, коммуникационной и социальной инфраструктуры.

Инновационные факторы:

Потенциал региона для разработки и внедрения инноваций, его способность к адаптации к новым технологиям и рыночным условиям.

Институциональные факторы:

Наличие эффективных механизмов управления, прозрачности законодательства, защиты прав собственности и борьбы с коррупцией.

Социальные факторы:

Качество жизни, уровень образования, медицинского обслуживания, а также наличие квалифицированной рабочей силы.

Факторы, влияющие на инвестиционную привлекательность региона:

Инвестиционный потенциал:

Уровень экономического развития, наличие свободных ресурсов, инвестиционных проектов, а также государственная поддержка инвестиций.

Инвестиционный риск:

Вероятность потери инвестиций и дохода от них. Он складывается из экономических, политических, социальных, юридических и других рисков.

Инфраструктура:

Уровень развития дорог, транспортных, энергетических, коммуникационных сетей, а также качество социальных услуг.

Инновационный потенциал:

Наличие научно-исследовательских центров, технологических парков, а также стимулирование инновационной деятельности.

Институциональная среда:

Эффективность налоговой системы, налоговые льготы, упрощенные процедуры регистрации бизнеса, а также защита прав инвесторов.

Социальная среда:

Уровень образования, медицинского обслуживания, а также качество жизни населения.

Таким образом, конкурентоспособность и инвестиционная привлекательность региона связаны между собой и зависят от совокупности различных факторов, влияющих на экономическое развитие и привлекательность региона для инвесторов.

9. Как формируется образ и имидж населенного пункта?

Образ и имидж населенного пункта (будь то город, село или поселок) формируются под влиянием множества факторов, как объективных, так и субъективных. Он складывается в сознании людей и может значительно влиять на экономическое развитие и привлекательность территории.

Объективные факторы:

Население:

Демографические характеристики, этническое и культурное разнообразие.

Экономика:

Структура рынка труда, уровень зарплат, наличие крупных предприятий и инвестиций.

Образование и культура:

Наличие образовательных учреждений, культурных памятников, учреждений культуры и развлечений.

Здравоохранение и спорт:

Качество медицинских услуг, наличие спортивных сооружений и инфраструктуры.

Социальные условия:

Качество жилья, транспортная доступность, благоустройство территории.

Нормативно-правовая база:

Наличие законов и регламентов, обеспечивающих порядок и безопасность.

Инфраструктура:

Состояние дорог, наличие общественного транспорта, водоснабжения, канализации, электроэнергии.

Архитектура и эстетический облик:

Архитектурные особенности, ландшафт, благоустройство зеленых зон.

Географические особенности:

Климат, наличие природного потенциала.

Историческое прошлое:

Значение культурных памятников, исторических событий.

Субъективные факторы:

Мнение жителей:

Оценка качества жизни, уровня развития, проблем и перспектив.

Отношение СМИ:

Информация, публикуемая о населенном пункте в различных СМИ (пресса, телевидение, интернет).

Наличие рекламы и пиара:

Целенаправленные усилия по продвижению имиджа.

Информационные кампании:

Создание положительного образа через различные мероприятия и проекты.

Отношение к городу:

Влияние положительных или отрицательных впечатлений на жителей и гостей.

Стратегическое управление имиджем:

Целенаправленная работа по формированию позитивного образа в соответствии с выбранной стратегией позиционирования.

Брендинг территории:

Создание узнаваемого бренда и продвижение его на различных рынках.

Управление репутацией:

Отслеживание мнений о населенном пункте в социальных сетях и СМИ, реагирование на критику и предложения.

Влияние на привлекательность:

Новых жителей:

Стимулирует людей переезжать в город или поселок.

Талантов:

Привлекает профессионалов и специалистов, желающих работать и развиваться в данном регионе.

Вывод:

Формирование имиджа населенного пункта - это сложный и многогранный процесс, который требует комплексного подхода и учета множества факторов. Позитивный имидж является важным фактором развития и привлекательности любого населенного пункта.

10. Как происходит внедрение маркетинга территорий на уровне муниципального района, сельских и городских поселений разной численности населения?

Внедрение территориального маркетинга на муниципальном уровне, в сельских и городских поселениях разной численности, происходит с учетом специфики каждого уровня и его целевой аудитории. Главная цель - формирование привлекательного образа территории и привлечение инвестиций, ресурсов, жителей, а также повышение конкурентоспособности.

На уровне муниципального района:

Стратегическое планирование:

Разработка долгосрочной стратегии развития, включающей анализ конкурентных преимуществ, целевых групп и ключевых направлений маркетинга.

Формирование имиджа:

Создание позитивного имиджа района, подчеркивающего его уникальные качества и преимущества для проживающих и инвесторов.

Привлечение инвестиций:

Разработка мер по привлечению инвестиций в различные секторы экономики, используя маркетинговые инструменты, такие как презентации, рекламные кампании и участие в деловых мероприятиях.

Продвижение туристических ресурсов:

Развитие туристической инфраструктуры и продвижение туристических маршрутов и объектов, используя онлайн и офлайн каналы маркетинга.

Работа с жителями:

Оценка потребностей и пожеланий жителей, внедрение новых сервисов и инфраструктур, направленных на улучшение качества жизни.

В сельских поселениях:

Сохранение и развитие сельских традиций:

Предоставление информации о культуре, истории, традициях, ремеслах и других уникальных

особенностях сельской местности.

Развитие сельского туризма:

Создание комфортных условий для сельского туризма, таких как гостевые дома, фермерские хозяйства и туристические маршруты.

Привлечение инвестиций в сельское хозяйство: Повышение привлекательности района для инвесторов в сельское хозяйство, предлагая льготы и поддержку для развития агробизнеса.

Продвижение местных продуктов:

Организация ярмарок и фестивалей, а также онлайн-маркетинг, чтобы продвигать местные продукты питания и ремесла.

Улучшение инфраструктуры:

Развитие транспортной инфраструктуры, водоснабжения, канализации, связи и других необходимых элементов для повышения качества жизни.

В городских поселениях:

Развитие деловой инфраструктуры:

Повышение привлекательности города для бизнеса, создание благоприятного инвестиционного климата, развитие деловых центров и инновационных зон.

Привлечение талантливых кадров:

Проведение образовательных программ, привлечение лучших специалистов и ученых, создание условий для профессионального роста.

Развитие культурной инфраструктуры:

Создание и продвижение музеев, театров, кинотеатров и других культурных учреждений, организация культурных мероприятий и фестивалей.

Продвижение города как места жительства:

Создание привлекательных жилых районов, развитие спортивной и развлекательной инфраструктуры, повышение качества жизни.

Продвижение города как туристического центра:

Разработка туристических маршрутов, создание привлекательных объектов для туристов, развитие гостиничной инфраструктуры.

Численность населения влияет на выбор инструментов и каналов продвижения:

Маленькие поселения:

Фокус на локальный маркетинг, социальные сети и местные СМИ.

Средние и крупные города:

Более широкий спектр маркетинговых инструментов, включая рекламные кампании, участие в деловых мероприятиях, работу с онлайн-каналами и привлечение СМИ.

В целом, территориальный маркетинг на разных уровнях подразумевает комплексный подход, учитывающий особенности каждой территории и ее целевой аудитории. Цель - создать привлекательный образ, способствующий развитию и процветанию территории.

Форма контроля/оценочное средство: Реферат

Вопросы/Задания:

1. Темы для выполнения индивидуального задания - реферат с презентацией

1. Предпосылки применения теории маркетинга в территориальном управлении
2. Сущность маркетинга территорий.
3. Субъекты территориального маркетинга.
4. Цели, задачи, принципы, функции маркетинга, экономический смысл маркетинга территорий.
5. Состав и структура маркетинговой среды территории.
6. Микросреда территории.
7. Макросреда территории.
8. Комплекс инструментов маркетинга территории.
9. Территориальный продукт.
10. Цена территориального продукта.
11. Месторасположение территориального продукта.
12. Продвижение территориального продукта.
13. Территориальные аспекты маркетинговой деятельности.
14. Субъекты маркетинга территорий.
15. Маркетинг страны.
16. Маркетинг региона.
17. Маркетинг города.
18. Маркетинг муниципального образования.
19. Маркетинг мест.
20. Способы повышения конкурентоспособности страны.
1. Предпосылки применения теории маркетинга в территориальном управлении
2. Сущность маркетинга территорий.
3. Субъекты территориального маркетинга.
4. Цели, задачи, принципы, функции маркетинга, экономический смысл маркетинга территорий.
5. Состав и структура маркетинговой среды территории.
6. Микросреда территории.
7. Макросреда территории.
8. Комплекс инструментов маркетинга территории.
9. Территориальный продукт.
10. Цена территориального продукта.
11. Месторасположение территориального продукта.
12. Продвижение территориального продукта.
13. Территориальные аспекты маркетинговой деятельности.
14. Субъекты маркетинга территорий.
15. Маркетинг страны.
16. Маркетинг региона.
17. Маркетинг города.
18. Маркетинг муниципального образования.
19. Маркетинг мест.
20. Способы повышения конкурентоспособности страны.
21. Конкурентоспособность и инвестиционная привлекательность региона.
22. Внедрение территориального маркетинга на уровне муниципального района, сельских и городских поселений
23. Понятие и сущность маркетинговых исследований территории.
24. Основные направления маркетинговых исследований.
25. Источники и виды маркетинговой информации.
26. Методика маркетинговых исследований.
27. Правила и процедуры маркетинговых исследований.
28. Сегментация рынка в территориальном маркетинге.
29. Макросегментация в маркетинге территорий.
30. Микросегментация в маркетинге территорий.
31. Характеристика основных групп потребителей в территориальном маркетинге.

32. Потребители ресурсов и общественных благ территории.
33. Критерии выбора привлекательных рыночных сегментов в мар-кетинге территорий
34. Позиционирование и дифференциация территории.
35. Дифференциация территорий.
36. Процесс выбора территории как места проживания и (или) осу-ществления деятельности
37. Разработка деловых стратегий территории.
38. Выбор приоритетных направлений деятельности - «портфельная стратегия».
39. Выбор направлений роста деловой активности на территории - стратегия роста.
40. Конкурентная стратегия.
41. Конкурентоспособность территории.
42. Классификация конкурентных преимуществ территории.
43. Функциональные стратегии территории.
44. Инвестиционная стратегия территории. Инвестиционный климат территории.
45. Маркетинг страны и маркетинг города: общее и особенное.
46. Механизмы формирования имиджа и репутации территории.
47. Проблемы конкурентоспособности страны на мировых рынках.
48. Регион, как объект исследования территориального маркетинга.
49. Выбор бренда в процессе формирования имиджа территории.
50. Особенности формирования программ продвижения территории
51. Основные направления деятельности органов государственной и муниципальной власти в системе маркетинга инфраструктуры.
52. Роль органов власти в организации взаимодействия и координа-ции деятельности разных субъектов маркетинга территорий.
53. Маркетинг имиджа как стратегическое направление territori-ального маркетинга.
54. Маркетинг инфраструктуры как условие эффективного террито-риального маркетинга.

7. Оценочные материалы промежуточной аттестации

4 семестр, Экзамен

Контролируемые ИДК: УК-10.1 УК-10.2 УК-10.3 ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-1.4 ПК-1.5 ПК-1.6 ПК-1.7

Вопросы/Задания:

1. 1. Предпосылки применения теории маркетинга в территориальном управлении
 2. Сущность маркетинга территорий.
 3. Субъекты территориального маркетинга.
 4. Цели, задачи, принципы, функции маркетинга, экономический смысл маркетинга территорий.
 5. Состав и структура маркетинговой среды территории.
 6. Микросреда территории.
 7. Макросреда территории.
 8. Комплекс инструментов маркетинга территории.
 9. Территориальный продукт.
 10. Цена территориального продукта.
 11. Месторасположение территориального продукта.
 12. Продвижение территориального продукта.
 13. Территориальные аспекты маркетинговой деятельности.
 14. Субъекты маркетинга территорий.
 15. Маркетинг страны.
 16. Маркетинг региона.
 17. Маркетинг города.
 18. Маркетинг муниципального образования.
 19. Маркетинг мест.
 20. Способы повышения конкурентоспособности страны.
 21. Конкурентоспособность и инвестиционная привлекательность региона.
- Всего 54

1. Предпосылки применения теории маркетинга в территориальном управлении
2. Сущность маркетинга территорий.
3. Субъекты территориального маркетинга.
4. Цели, задачи, принципы, функции маркетинга, экономический смысл маркетинга территорий.
5. Состав и структура маркетинговой среды территории.
6. Микросреда территории.
7. Макросреда территории.
8. Комплекс инструментов маркетинга территории.
9. Территориальный продукт.
10. Цена территориального продукта.
11. Месторасположение территориального продукта.
12. Продвижение территориального продукта.
13. Территориальные аспекты маркетинговой деятельности.
14. Субъекты маркетинга территорий.
15. Маркетинг страны.
16. Маркетинг региона.
17. Маркетинг города.
18. Маркетинг муниципального образования.
19. Маркетинг мест.
20. Способы повышения конкурентоспособности страны.

2. 21. Конкурентоспособность и инвестиционная привлекательность региона.
22. Внедрение территориального маркетинга на уровне муниципального района, сельских и городских поселений
23. Понятие и сущность маркетинговых исследований территории.
24. Основные направления маркетинговых исследований.
25. Источники и виды маркетинговой информации.
26. Методика маркетинговых исследований.
27. Правила и процедуры маркетинговых исследований.
28. Сегментация рынка в территориальном маркетинге.
29. Макросегментация в маркетинге территорий.
30. Микросегментация в маркетинге территорий.
31. Характеристика основных групп потребителей в территориальном маркетинге.
32. Потребители ресурсов и общественных благ территории.
33. Критерии выбора привлекательных рыночных сегментов в маркетинге территорий
34. Позиционирование и дифференциация территории.
35. Дифференциация территории

3. 36. Процесс выбора территории как места проживания и (или) осуществления деятельности
37. Разработка деловых стратегий территории.
38. Выбор приоритетных направлений деятельности - «портфельная стратегия».
39. Выбор направлений роста деловой активности на территории - стратегия роста.
40. Конкурентная стратегия.
41. Конкурентоспособность территории.
42. Классификация конкурентных преимуществ территории.
43. Функциональные стратегии территории.
44. Инвестиционная стратегия территории. Инвестиционный климат территории.
45. Маркетинг страны и маркетинг города: общее и особенное.
46. Механизмы формирования имиджа и репутации территории.
47. Проблемы конкурентоспособности страны на мировых рынках.
48. Регион, как объект исследования территориального маркетинга.
49. Выбор бренда в процессе формирования имиджа территории.
50. Особенности формирования программ продвижения территории.