

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
ФГБОУ ВО Новосибирский ГАУ
Факультет Государственного и муниципального управления
Кафедра Государственного, муниципального и экономического управления

Маркетинг территорий

**Методические рекомендации для проведения практических занятий и
самостоятельной работы студентов**

(для студентов всех форм обучения
по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное
управление)

Новосибирск 2017

УДК 339.138(07)
ББК 65.291.3,я7
М266

Составитель: ст. преп. Капранова О.В.

Рецензент: д.э.н. Сучков А.И.

Маркетинг территорий: методические рекомендации для проведения практических занятий и самостоятельной работы студентов / Новосиб. гос. аграр. ун-т. Фак. ГМУ; сост. Капранова О.В. - Новосибирск, 2017.- 11 с.

Методические рекомендации для проведения практических занятий и самостоятельной работы студентов по дисциплине «Маркетинг территорий» составлены на основании требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования к содержанию и уровню подготовки выпускников по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление. Рекомендации содержат вопросы для обсуждения на практических занятиях и вопросы (задания) для самостоятельной работы.

Утверждено и рекомендовано к изданию методической комиссией факультета Государственного и муниципального управления НГАУ от 25 мая 2017 г. протокол № 7.

© Новосибирский государственный
аграрный университет, 2017

1. Введение

Практическое занятие – форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике.

Самостоятельная работа студентов – вид деятельности, при котором в условиях систематического уменьшения прямого контакта с преподавателем студентами выполняются учебные задания. К таким заданиям относятся контрольные и курсовые работы, рефераты, эссе, доклады и т.д.

При этом специфика самостоятельной работы студентов заключается в том, чтобы студенты самостоятельно получали новые знания.

Требования к уровню освоения учебной дисциплины

Дисциплина «Маркетинг территорий» в соответствии с требованиями ФГОС ВО направлена на формирование следующих общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций:

1. Способностью находить организационно-управленческие решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2)

2. Способностью проводить оценку инвестиционных проектов при различных условиях инвестирования и финансирования (ПК-4)

2. Цель практических (семинарских) занятий и самостоятельной работы студентов

Практические занятия направлены на закрепление и расширение знаний, полученных на лекциях.

Практические занятия по курсу «Маркетинг территорий» направлены на практическое углубленное изучение учебной дисциплины, привитие обучающимся навыков самостоятельного поиска и анализа учебной информации, формирование и развитие у них научного мышления, умения активно участвовать в творческой дискуссии, делать правильные выводы, аргументировано излагать и отстаивать свое мнение.

Цель самостоятельной работы студентов – овладение методами получения новых знаний, приобретение навыков самостоятельного анализа социальных явлений и процессов, усиление научных основ практической деятельности.

3. Содержание занятий и самостоятельной работы

Тема 1. Территория как объект управления. Сущность маркетинга территорий и его использование в государственном и муниципальном управлении.

Вопросы для обсуждения

1. Категория «территория» с точки зрения различных дисциплин.
2. Этапы развития территориального управления в России.
3. Использование маркетингового подхода в государственном и муниципальном управлении.
4. Сущность некоммерческого маркетинга.

Вопросы (задания) для самостоятельной работы

1. Общественные блага. Баланс интересов потребителей ресурсов территории.
2. Стратегия и тактика маркетинга территории.
3. Управление функционированием и управление развитием территории.
4. Службы маркетинга в органах власти и местного самоуправления.

Тема 2. Цели и задачи маркетинга территорий, его субъекты и объекты.

Вопросы для обсуждения

1. Цели и задачи управления территорией.
2. Ориентация на нужды и запросы потребителей ресурсов территории.

3. Субъект управления территорией как система.
4. Объекты территориального маркетинга.

Вопросы (задания) для самостоятельной работы

1. Источник власти на территории.
2. Роль органов государственной власти и органов местного самоуправления в территориальном развитии, их функции.
3. Сделайте рисунок организационной структуры представительных и исполнительных органов власти (органов местного самоуправления) конкретной территории (на примере места Вашего рождения).
4. Напишите короткое эссе на тему «Я – объект и субъект маркетинга территорий (на примере места проживания)».*

Тема 3. Маркетинговая среда территории.

Вопросы для обсуждения

1. Содержание маркетинговой среды
2. Контролируемые и неконтролируемые факторы.
3. Внутренняя среда территории, три группы факторов, ее составляющие.
4. Внешняя микро- и макро-среда территории.
5. Стратегии субъекта управления по отношению к маркетинговым средам территории.

Вопросы (задания) для самостоятельной работы

1. «Коллективный менеджер» территории.
2. SWOT-; GAP-; и PEST-анализ как инструменты территориального управления
3. Прочитайте и обдумайте кейс.

Кейс «Мусорный кризис»

1. Протухший вулкан

(Новая газета, 23.01.-29.01.2008г.)

В Италии существует замечательная традиция: на Новый год выбрасывать все ненужное прямо из окон домов. Всё, что выбросили в этот раз, так и осталось лежать на улицах.

Мусор лежит уже 4 недели при суточной температуре около 15 градусов тепла. Центр Неаполя был расчищен итальянскими военными несколько дней назад. Тем не менее в городе и его предместьях лежит более 200 тыс. тонн отходов. Свалки каждый день поджигают – в целях борьбы с отходами и просто от избытка темперамента. Улицы представляют собой горы гниющего и горящего мусора, везде валяются дохлые крысы. ...В городе отмечены случаи холеры. Жители Неаполя так же в массовом порядке начали сдавать анализы на наличие в крови диоксинов. (прим. диоксины – вещества, образующиеся в результате сжигания бытового мусора. Признаны канцерогенами. Справ.

Злокачественные опухоли у жителей Неаполя встречаются в 30 раз чаще, чем в Италии в целом. – все Шарыбар С.В.).

В чем причина «мусорного» кризиса? В области Кампания (в которой находится Неаполь) еще 14 лет назад было введено чрезвычайное положение в связи с проблемой утилизации отходов. Отходы начали складировать в кратер потухшего вулкана. Возникло множество нелегально созданных полигонов (один из них, например, в пещере у подножия Везувия). Власти выделили бюджет под строительство мусороперерабатывающих заводов и новых полигонов, но деньги разошлись через ряд фирм-посредников, подрядчиков и субподрядчиков....В результате в декабре 2007г. все легальные полигоны оказались переполнены и закрыты.

При попытке их расконсервировать или «перебросить» мусор в соседние районы власти встретили мощное сопротивление экологических организаций и местного населения: уличные манифестации и баррикады, стычки с пожарными и полицией. Премьер-министр Италии убедил народ не устраивать беспорядки, обещая выделить в ближайшее время государственные деньги на строительство в Неаполе трех не просто мусоросжигающих, а биозаводов.

Однако «мусорный кошмар» сказывается не только на социальной, но и на экономической сфере жизни страны. С начала года значительно упал спрос на молочные продукты Италии и местные вина. Итальянский туризм так же понес серьезные убытки.

Печально то, что в области мусора Россия и Италия становятся государствами-побратимами. И для того, чтобы увидеть вполне «итальянские картинки», не нужно брать билет до Неаполя.

2. В столице Мексики наступил хаос

11:45 / 05.01.2012, Дни.ру.

Всего через 15 дней после официального закрытия крупнейшей в мире свалки El Bordo Poniente под Мехико в столице Мексики наступил хаос в организации вывоза отходов жизнедеятельности одного из самых крупных мегаполисов мира.

Церемония закрытия El Bordo Poniente состоялась 19 декабря. Глава столичного правительства Марсело Эбрард сообщил, что свалка отравляла жизнь горожан, ежегодно выделяя в атмосферу до двух миллионов тонн ядовитых газов.

Однако теперь перед местными властями встала другая проблема. Закрытие свалки привело к нарушению графика вывоза отходов, объем которых в Мехико составляет ежедневно до 12,6 тысячи тонн, передает РИА Новости.

Городское правительство достигло предварительных договоренностей об использовании для вывоза мусора полигонов в соседних штатах Мехико и Морелос. Однако реализация этих решений натолкнулась на сопротивление местных жителей, которые опасаются за свое здоровье. Так, жители городка Икстапалука несколько часов блокировали въезд на местный мусорный полигон для мусоровозов, прибывших из Мехико.

Напряженная ситуация с вывозом мусора начинает отражаться и непосредственно на самом Мехико в связи с нарушением устоявшегося графика вывоза отходов. Мусорные автомобили опаздывают, иногда не на часы, а на дни, в результате чего жители вынуждены складировать отходы, упакованные в пакеты, прямо на улицах. Кроме того, появились тысячи нелегальных мусорных свалок, куда сбрасываются мусорные пакеты.

3. Новосибирск потратил более 100 млн. на мусор

[NGS, 24.01.08]

На заседании комиссии по городскому хозяйству под председательством Андрея Гончарова депутаты горсовета рассмотрели отчет Новосибирского городского комитета охраны окружающей среды и природных ресурсов об исполнении целевой программы «Строительство (реконструкция) и безопасная эксплуатация полигонов по захоронению отходов города Новосибирска на 2007–2012 г.».

Как сообщили в пресс-центре горсовета, затраты на выполнение программы составили 114,20 млн. рублей, в том числе – 35,1 млн. рублей из бюджета города и 79,10 млн. рублей – привлеченные средства.

Однако часть проблемы с вывозом и захоронением твердых бытовых отходов до сих пор не решена. Так, по словам Эдуарда Кожемякина, жители Юго-Западного жилмассива постоянно жалуются на горящий полигон с бытовыми отходами, расположенный неподалеку. Кроме того, нередко происходит так, что мусоровоз на пути к полигону оставляет за собой след из выпавших отходов.

Как заявил депутат Виктор Козодой, нужно настаивать на строительстве муниципального мусороперерабатывающего завода на базе МУП «Спецавтохозяйство». Сейчас 8 новосибирских предприятий занимаются сортировкой мусора и в месяц перерабатывают **до 4 тонн отходов** (выд. Шарыбар С.В.)

В результате обсуждения депутаты приняли решение созвать круглый стол, в повестку которого войдут вопросы строительства мусоросортировочных заводов, выделения участков, создания оперативной службы по контролю за несанкционированными свалками, а также о тарифах на вывоз мусора.

Тема 4. Комплекс маркетинга в территориальном управлении.

Вопросы для обсуждения

1. Маркетинг-микс в территориальном управлении.
2. Территория как товар (геопродукт).
3. Цена геопродукта для различных целевых групп.
4. Место геопродукта.
5. Продвижение территории как инструмент формирования ее привлекательности для жителей и инвесторов.

Вопросы (задания) для самостоятельной работы

1. Отличие геопродукта от внутренней среды территории.
2. Упаковка и маркировка территориального продукта.

Тема 5. Маркетинговые исследования в территориальном управлении.

Вопросы для обсуждения

1. Понятие маркетинговых исследований и системы маркетинговой информации.
2. Основные направления исследований в маркетинге территорий.

Вопросы (задания) для самостоятельной работы

1. Использование статистической и аналитической информации для анализа (диагностики) социально-экономических процессов, протекающих на территории.
2. Система показателей (индикаторов) ее развития с точки зрения маркетингового подхода.
3. Анкетирование и опрос как инструменты маркетинга территорий.

Тема 6. Сегментирование потребителей территориального продукта. Целевые группы.

Вопросы для обсуждения

1. Поведение потребителей геопродукта.
2. Общие подходы к сегментированию потребителей (базового рынка).
3. Макро и микросегментация рынка.
4. Критерии выделения сегментов.

Вопросы (задания) для самостоятельной работы

1. Стратегии охвата базового рынка: концентрированный, дифференцированный, не дифференцированный маркетинг достоинства и недостатки.
2. Дифференцирование геопродукта как следствие сегментирования его потребителей.

Тема 7. Конкурентоспособность и конкурентные преимущества территории: роль органов управления в их формировании.

Вопросы для обсуждения

1. Конкуренция между территориями, ее цель.
2. Конкурентоспособность места и факторы, влияющие на нее.
3. Сравнительный анализ с основными и прямыми конкурентами-территориями.
4. Внутренние и внешние конкурентные преимущества территории, их оценка.

5. Формирование «позиции» территории для каждого их сегментов базового рынка потребителей.

Вопросы (задания) для самостоятельной работы

1. Деловые и функциональные стратегии в маркетинге территорий.
2. Информация и индикаторы уровня развития мест, регионов и городов как критерии предпочтений и выбора со стороны потребителей геопродуктов.
3. Конкурентные стратегии: концепция ЖЦТ, матрица БКГ, модель McKinsey, матрица «планируемого расхождения» И.Ансоффа и концепция «стратегических возможностей и конкурентных угроз» М. Портера.

Тема 8. Позиционирование, репутация и имидж территории.

Вопросы для обсуждения

1. Позиционирование территории.
2. Инвестиционная привлекательность территории и миграционное сальдо – как индикаторы эффективности территориального управления.
3. Опыт использования комплекса маркетинга территории в мировой и отечественной практике деятельности органов региональной и местной власти.
4. Понятие имиджа страны, региона, муниципалитета.
5. Внутренний и внешний имидж территории.
6. Бытовой, социально-экономический, деловой и политический имидж.
7. Система детерминант конкурентного преимущества страны, «конкурентный ромб». Рейтинги стран.

Вопросы (задания) для самостоятельной работы

1. Заполните строки таблицы. Попробуйте определить «позицию» Новосибирска относительно Москвы. Сделайте выводы.

Наименование территории	Сильные (положительные) стороны	Слабые (отрицательные) стороны
Новосибирск		
Москва		

2. Зайдите по ссылке на сайт

<http://www.raexpert.ru/ratings/regions/>

Прочитав аналитический обзор, и внимательно просмотрев таблицы и графики, сравните инвестиционный климат Новосибирской области с другими территориями Сибирского федерального округа. Сделайте выводы.

3. Зайдите по ссылке на сайт

http://www.nso.ru/activity/Socio-economic_Policy/strat_plan/Pages/strat_ser.aspx

Прокомментируйте конкурентные преимущества НСО. Какие из них выбраны в программе в качестве стратегических «точек роста»?

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

4.1. Список основной литературы

1. Егоров Ю.Н. Основы маркетинга: Учебник / Ю.Н. Егоров. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 292 с. (ЭБС «Инфра-М»)

4.2. Список дополнительной литературы

1. Маркетинг территорий [текст]: учебник и практикум для академического бакалавриата / Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации; под общ. ред. О.Н. Романенковой. – Москва: Юрайт, 2016. - 262 с.
2. Маркетинг: Учебное пособие / Под ред. проф. И.М. Синяевой. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 384 с. (ЭБС «Инфра-М»)

4.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Таблица 3. Перечень информационных ресурсов

№ п/п	Наименование	Адрес
1.	Энциклопедия маркетинга	marketing.spb.ru
2.	Гильдия маркетингологов	http://www.marketologi.ru/publikatsii/stati/marketing-territorii/
3.	МаркетингМест.рф	http://xn--80agfbnkmfh0asgg.xn--p1ai/

4.4. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модулю) и самостоятельной работы

1. Методические рекомендации по выполнению контрольных работ и рефератов для всех форм обучения по направлениям подготовки: 38.03.04 Государственное и муниципальное управление; 38.03.03 Управление персоналом; 43.03.01 Сервис; 38.04.04 Государственное и муниципальное управление; 38.04.03 Управление персоналом / Сост. И.Э. Толстова, О.С. Ковалёва, О.Г. Антошкина.-3-е изд.- Новосибирск: НГАУ, 2017. - 24 с.

Составитель
Капранова Оксана Валерьевна

Методические рекомендации
для проведения практических занятий и самостоятельной работы
студентов
(для студентов всех форм обучения
по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное
управление)

Объем 0,41 уч. – изд. л.

Новосибирский государственный аграрный университет
630039, Новосибирск. ул. Добролюбова, 160