

ФГБОУ ВО Новосибирский ГАУ

Кафедра Государственного, муниципального и экономического управления

Рег. № ГМ.03-35

« 25 » 05 2017г.

УТВЕРЖДЕН

на заседании кафедры

Протокол от «26» апреля 2017 г. № 7

И.о. заведующего кафедрой

 Б.А. Ковтун
(подпись)

ФОНД

ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Б1.В.ОД.6 МАРКЕТИНГ ТЕРРИТОРИЙ

38.03.04 Государственное и муниципальное управление

профиль:

основной вид деятельности: **организационно-управленческая**

дополнительный вид деятельности:

Новосибирск 2017

**Паспорт
фонда оценочных средств**

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины*	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	Территория как объект управления. Сущность маркетинга территорий и его использование в государственном и муниципальном управлении.	ОПК-2, ПК-4	Устный опрос, Доклад, Творческое задание
2	Цели и задачи маркетинга территорий, его субъекты и объекты.	ОПК-2, ПК-4	Устный опрос
3	Маркетинговая среда территории.	ОПК-2, ПК-4	Устный опрос, Доклад, Кейс-задача
4	Комплекс маркетинга в территориальном управлении	ОПК-2, ПК-4	Устный опрос, Доклад, Кейс-задачи
5	Маркетинговые исследования в территориальном управлении	ОПК-2, ПК-4	Устный опрос
6	Сегментирование потребителей территориального продукта. Целевые группы.	ОПК-2, ПК-4	Устный опрос, Доклад, Деловая игра: «Фокус-группа»
7	Конкурентоспособность и конкурентные преимущества территории: роль органов управления в их формировании	ОПК-2, ПК-4	Устный опрос, Доклад, Деловая игра «Фокус-группа»
8	Позиционирование, репутация и имидж территории.	ОПК-2, ПК-4	Устный опрос, Доклад, Творческая работа

Темы контрольных работ

1. Внутренняя и внешняя среда территории
2. Субъекты территориального маркетинга
3. Территориальный продукт в комплексе территориального маркетинга
4. Цена территориального продукта
5. Продвижение территориального продукта
6. Макросегментация и микросегментация в территориальном маркетинге
7. Потребители в территориальном маркетинге
8. Позиционирование и дифференцирование территории
9. Конкурентоспособность и конкурентные преимущества территории
10. Разработка деловых стратегий развития территории
11. Разработка функциональных стратегий развития территории
12. Внедрение территориального маркетинга

Критерии оценки:

- отметка «зачтено» - выставляется студенту, если выполнены все требования к написанию и защите контрольной работы: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

- отметка «не зачтено» – тема контрольной работы не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Устный опрос

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

1. Приведите известные Вам определения маркетинга. Сформулируйте свое определение.
2. Приведите известные Вам определения территориального маркетинга (маркетинга территорий). Сформулируйте свое определение.
3. Субъекты территориального маркетинга.
4. Объекты территориального маркетинга.
5. В чем суть управления, основанного на принципах маркетинга?
6. Признаки товара «общественное благо».
7. Дайте определение «социального эффекта» и «экономического эффекта».
8. Коммерческий и некоммерческий маркетинг: общее и отличия.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

- оценка «хорошо» - знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным

аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

- оценка «удовлетворительно» - фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий;

- оценка «неудовлетворительно» - незнание, либо отрывочное представление о данных вопросах в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

Доклад

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

Темы докладов:

Роль маркетинга в рыночной экономике

Маркетинг услуг

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

- оценка «хорошо» - знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

- оценка «удовлетворительно» - фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий;

- оценка «неудовлетворительно» - незнание, либо отрывочное представление о данных вопросах в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

Творческое задание

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

1. Сделайте рисунок организационной структуры представительных и исполнительных органов власти (органов местного самоуправления) конкретной территории (на примере места Вашего рождения).

2. Напишите короткое эссе на тему «Я – объект и субъект маркетинга территорий (на примере места проживания)».*

Критерии оценки:

- «отлично» - если студенты полностью справились с поставленной задачей, презентовали выполненную работу.

- «хорошо» - работа выполнена правильно, но допущены несущественные ошибки в оформлении.

- «удовлетворительно» - студенты допустили серьезные ошибки при выполнении задания.
- «неудовлетворительно» - студенты не выполнили задание.

Устный опрос

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

1. Цели и задачи управления территорией.
2. Ориентация на нужды и запросы потребителей ресурсов территории.
3. Субъект управления территорией как система.
4. Источник власти на территории.
5. Роль органов государственной власти и органов местного самоуправления в территориальном развитии, их функции.
6. Объекты территориального маркетинга.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

- оценка «хорошо» - знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

- оценка «удовлетворительно» - фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий;

- оценка «неудовлетворительно» - незнание, либо отрывочное представление о данных вопросах в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

Устный опрос

Тема: Маркетинговая среда территории

1. Основная цель и задача территориального управления при применении маркетинговых технологий.
2. Определите предпосылки внедрения маркетинговых технологий в территориальное управление.
3. В чем состоит особая роль представительных (законодательных) и исполнительных органов власти при внедрении территориального маркетинга?
4. Дайте определение и расскажите о видах маркетинговой среды.
5. Элементы внутренней среды территории.
6. Почему состояние социальной и экономической сфер территории может быть отнесено к основным элементам внутренней среды?
7. Какие стратегии субъекта управления возможны по отношению к внешней среде территории?

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным

аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

- оценка «хорошо» - знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

- оценка «удовлетворительно» - фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий;

- оценка «неудовлетворительно» - незнание, либо отрывочное представление о данных вопросах в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

Доклад

Тема: Маркетинговая среда территории

Темы докладов:

Эволюция маркетинга в России

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

- оценка «хорошо» - знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

- оценка «удовлетворительно» - фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий;

- оценка «неудовлетворительно» - незнание, либо отрывочное представление о данных вопросах в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

Кейс-задача

Тема: Маркетинговая среда территории

22 сентября 2011 г., Тайга.инфо

ДТП с участием рейсового автобуса «МАрЗ» и еще пяти машин произошло в утренний час-пик на Красном проспекте при подъезде к площади Калинина. Погибла 11-летняя девочка, два человека получили травмы.

По данным ГИБДД, рейсовый автобус столкнулся со следовавшими в попутном направлении автомобилями Suzuki Solio и «ВАЗ-21099». После этого Suzuki столкнулся со стоявшим Land Rover, а тот, в свою очередь, со стоявшим автомобилем Mazda. Автомобиль «ВАЗ» при этом врезался в стоявший маршрутный микроавтобус «ГАЗ-322132». После столкновения автобус, автомобили Suzuki и «ВАЗ» загорелись и выгорели полностью.

На месте ДТП скончалась 11-летняя девочка – пассажирка автомобиля Suzuki. В больницу были доставлены водитель автобуса и женщина-водитель Suzuki Solio.

Прокуратура Заельцовского района Новосибирска выявила нарушения в деятельности предприятия, пассажирский автобус которого после крупного ДТП 13 сентября сгорел на главной улице города, сообщает в пятницу прокуратура Новосибирской области.

«Установлены нарушения законодательства об охране труда. В организации не соблюдается продолжительность ежедневной работы (смены) водителей и ежедневного (междусменного) отдыха водителей. Организация работы по охране труда не соответствует требованиям трудового законодательства и законодательства о безопасности дорожного движения», - говорится в сообщении.

Созданная по поручению мэра города рабочая группа по расследованию причин этой аварии ранее установила, что водитель сгоревшего автобуса накануне аварии отработал весь день на рейсе - с 06.30 до 22.00, и на следующий день, 13 сентября, рано утром снова сел за руль.

По данным прокуратуры, «на предприятии не соблюдаются сроки проведения повторных инструктажей, либо такие инструктажи не проводятся вообще; отсутствуют программы обучения по охране труда работников, занятых на работах, к которым предъявляются дополнительные (повышенные) требования безопасности труда (водители автобусов, слесарь по ремонту автомобилей); не организовано обучение работников, принимаемых на работу с вредными или опасными условиями труда, безопасным методам и приемам выполнения работ со стажировкой на рабочем месте и сдачей экзаменов».

Прокуратура также установила, что контрольно-технический пункт для проверок технического состояния автобусов перед выездом на линию и при возвращении с линии не оборудован должным образом. «В нарушение перечня неисправностей и условий, с которыми запрещается эксплуатация транспортных средств, из семи осмотренных автобусов три не отвечали предъявляемым требованиям», - сообщает прокуратура.

Проверку прокуратура проводила совместно со специалистами государственной инспекции труда, сибирского управления государственного автодорожного надзора, управления ГИБДД.

РИА Новости пока не удалось получить комментарий перевозчика.

Начальник областного управления ГИБДД Сергей Штельмах ранее заявил журналистам, что ДТП могло произойти из-за того, что водитель автобуса отвлекся, разговаривая по сотовому телефону.

Следственные органы возбудили по факту аварии уголовное дело по части 3 статьи 264 УК РФ (нарушение правил дорожного движения и эксплуатации транспортных средств), которая предусматривает лишение свободы до пяти лет.

Комментарии к статье на форуме.

Способы решения проблем с пассажирскими перевозками:

1. Страховым компаниям организовать липучки: Он ездил целый год без ДТП! Я бы как водитель осторожнее бы ехала рядом с тем, у кого такой липучки нет, также как и рядом с восклицательным знаком.

2. Проверить в маршрутках и автобусах вывешены ли телефоны доверия везде? - отчитаться, в уличении, где опять не будет – отчитаться, кто и как наказан, если телефонов нет.

3. Дать порядковые номера автобусам и на маршрутках, написать их крупно сбоку со стороны входа, дабы жалобы не были обезличены, и не приходилось, например, зимой бежать за автобусом с фонариком, чтобы успеть записать номер. Телефоны доверия на ОСТАНОВКАХ, простые! Легко запоминающиеся!

4. Организовать общественный контроль, участвовать в проверках автобусов, водителей, отделов кадров ПТП.

5. Проводить рейтинги маршрутов на предмет аварийности.

6. Создать сайт-форум, где будут выложены фотографии и видео с сотовых телефонов о том, какие автобусы едут по нашим улицам. Это касается загрязнения окружающей среды, но и как следствие отражение на нашем здоровье.

7. Запретить эксплуатировать для общественного транспорта автобусы, выпущенные более 10 лет назад.

Вопросы:*

1. Является ли работа общественного транспорта элементом внутренней среды территории? Общественным благом?

2. Какова, на Ваш взгляд, роль «коллективного менеджера» по управлению общественными перевозками в г. Новосибирске?

3. Оцените эффективность этого управления по предотвращению ДТП с участием муниципального транспорта?

4. Что бы Вы предприняли для решения проблемы, имея полномочия местных органов власти?

5. Как бы вы оценили предложения, заявленные жителями города на форуме при обсуждении статьи?

6. Как вышеизложенная ситуация влияет на:

- удовлетворение потребностей жителей и бизнеса в г. Новосибирске?

- имидж города?

** Используется для дискуссии на семинаре.*

Критерии оценки:

- «отлично» - если студент полностью справился с поставленной задачей, не допустив ни одной ошибки.

- «хорошо» - работа выполнена правильно, но допущены несущественные ошибки в оформлении.

- «удовлетворительно» - студент допустил серьезные ошибки при выполнении задания.

- «неудовлетворительно» - студент не работал на занятии, полное незнание материала.

Устный опрос

Тема: Комплекс маркетинга в территориальном управлении

1. Что понимается под «комплексом маркетинга»? Его составные элементы.

2. Состав территориального продукта. В чем отличие внутренней среды территории и территориального продукта?

3. Расскажите мультиатрибутивную модель товара (по Котлеру).

4. Что понимается под «упаковкой» территории? Под ее «торговой маркой»?

5. Что понимается под ценой территориального продукта? Какие способы исчисления цены возможны в территориальном маркетинге?

6. Какие затраты при проживании на территории несет ее житель? Бизнес-структура?

7. Что понимается под «местом территориального продукта»?

8. Проанализируйте способы продвижения территориального продукта.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

- оценка «хорошо» - знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным

аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

- оценка «удовлетворительно» - фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий;

- оценка «неудовлетворительно» - незнание, либо отрывочное представление о данных вопросах в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

Доклад

Тема: Комплекс маркетинга в территориальном управлении

Темы докладов:

Товар и товарная политика

Ценовая политика в маркетинге

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

- оценка «хорошо» - знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

- оценка «удовлетворительно» - фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий;

- оценка «неудовлетворительно» - незнание, либо отрывочное представление о данных вопросах в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

Кейс-задачи

Тема: Комплекс маркетинга в территориальном управлении

1. Посмотрите ролик (с 54 по 59 минуту) – отрывок лекции Виви-ан Уокер, преподавателя Института национальных стратегических исследований Университета национальной обороны США, которая представляет проект ребрендинга для Министерства иностранных дел Украины.

<https://www.youtube.com/watch?v=OgnMX8oBmWg>

Что вы можете сказать о предлагаемой эмблеме – графическом изображении корабля и слогане «Воля народа - это ветер в наши паруса»?*

2. 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 мусоросжигательных, 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.

*Вопросы для обсуждения: **

1. Является ли экологическая безопасность элементом территориального продукта?
 2. Какие последствия для развития города таит в себе «мусорный кризис»?
 3. Что может произойти с имиджем города?
 4. Что произойдет с ценой территориальных продуктов г. Неаполя и г. Мехико (и г.Новосибирска, в случае затягивания решения проблемы утилизации мусора)?
 5. Какие потребности удовлетворяет утилизация отходов? Каких сегментов потребителей территории?
 6. В чем особенности (и трудности для властей) в предоставлении общественных благ? Действительно ли «бесплатна» услуга «общественное благо»?
 7. Какое решение «проблемы безбилетника» (суть которой в том, что потребителей ресурсов территории больше, чем покупателей) вы бы предложили органам власти?
 8. Какие меры со стороны законодательно-представительной и исполнительной власти вы считаете более эффективными для решения экологических проблем:
 - убеждающие (пропаганда, «экологическое воспитание» населения);
 - экономического характера (налоги – например, налог Пигу);
 - административно-репрессивные (штрафы и т.п.)?*
3. Оцените элементы айдентики (символы) территориального продукта г.Новосибирск.



Критерии оценки:

- «отлично» - если студенты полностью справились с поставленной задачей, презентовали выполненную работу.
- «хорошо» - работа выполнена правильно, но допущены несущественные ошибки в оформлении.
- «удовлетворительно» - студенты допустили серьезные ошибки при выполнении задания.
- «неудовлетворительно» - студенты не выполнили задание.

Устный опрос

Тема: Маркетинговые исследования в территориальном управлении

1. Понятие маркетинговых исследований и системы маркетинговой информации.
2. Основные направления исследований в маркетинге территорий.
3. Использование статистической и аналитической информации для анализа (диагностики) социально-экономических процессов, протекающих на территории.
4. Система показателей (индикаторов) ее развития с точки зрения маркетингового подхода.
5. Анкетирование и опрос как инструменты маркетинга территорий.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Логически корректное и убедительное изложение ответа.
- оценка «хорошо» - знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.
- оценка «удовлетворительно» - фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий;
- оценка «неудовлетворительно» - незнание, либо отрывочное представление о данных вопросах в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

Устный опрос

Тема: Сегментирование потребителей территориального продукта. Целевые группы.

1. Докажите необходимость сегментирования базового рынка потребителей территориального продукта. Дайте определение сегментирования.
2. Проведите макросегментацию базового рынка (по функции потребностей; группам потребителей и технологии потребления территориального продукта).
3. Расскажите о стратегиях охвата базового рынка.
4. Обоснуйте отличие сегментации и дифференциации.
5. Какие факторы (критерии) микросегментации Вам известны?
6. Проанализируйте условия эффективности сегментации.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса.

Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

- оценка «хорошо» - знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

- оценка «удовлетворительно» - фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий;

- оценка «неудовлетворительно» - незнание, либо отрывочное представление о данных вопросах в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

Доклад

Тема: Сегментирование потребителей территориального продукта. Целевые группы.

Темы докладов:

«Что русскому хорошо, то немцу – смерть» (типы потребителей и их поведение)

Что эффективней: тотальный обстрел или точечные бомбардировки? (к вопросу о концентрированном и недеференцированном маркетинге)

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

- оценка «хорошо» - знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

- оценка «удовлетворительно» - фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий;

- оценка «неудовлетворительно» - незнание, либо отрывочное представление о данных вопросах в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

Деловая игра: «Фокус-группа»

Тема: Сегментирование потребителей территориального продукта. Целевые группы.

1. Заполните строки анкеты (на семинарском занятии, составив сводную матрицу, просчитайте средние баллы по каждому критерию предпочтения в разрезе всей группы. Сделайте выводы о приоритетности критериев, допуская, что группа – это макросегмент потребителей территории).

2. Допишите критерии предпочтений с учетом Ваших потребностей, требований к территориальному продукту.

3. Какие из критериев анкеты можно отнести к «жестким», какие – к «мягким» дифференциаторам?

Анкета

Критерии (выгоды) от проживания и/или ведения деятельности на территории(на примере г.Новосибирска)

Характеристики территории	Оценка в баллах				
	1	2	3	4	5
Климатические условия					
Наличие природных ресурсов					
Наличие свободных земель					
Наличие социальных объектов (дет. сады, поликлиники и т.п.)					
Экологическая чистота					
Наличие разных видов транспорта					
Наличие объектов профессионального образования (вузы, колледжи, училища)					
Энергообеспеченность					
Качество жилья					
Наличие трудовых вакансий					
Ожидаемый уровень дохода					
Возможность иметь дополнительные доходы (в том числе в натуральной форме)					
Толерантность (<i>терпимость, лояльность – авт.</i>) местного сообщества					
Наличие территориальных инвестиционных программ					
Наличие программ социально - экономического развития					
Стоимость арендной платы за муниципальное имущество					
Наличие территориальных программ поддержки молодых специалистов					

Критерии оценки:

- «отлично» - если студенты полностью справились с поставленной задачей, презентовали выполненную работу.
- «хорошо» - работа выполнена правильно, но допущены несущественные ошибки в оформлении.
- «удовлетворительно» - студенты допустили серьезные ошибки при выполнении задания.
- «неудовлетворительно» - студенты не выполнили задание.

Устный опрос

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

1. Дайте определения конкурентоспособности с точки зрения различных авторов. Раскройте суть двух подходов к определению конкурентоспособности.

2. Как вы понимаете термины «конкурентоспособность территории» и «конкурентные преимущества территории»?
3. Приведите примеры внутренних и внешних конкурентных преимуществ территории.
4. Этапы оценки конкурентных преимуществ.
5. Что понимается под «деловой стратегией»? Виды стратегий (в основах маркетинга).
6. Проанализируйте портфельную матрицу территории.
7. Дайте характеристику базовым конкурентным стратегиям развития территории (по М. Портеру).
8. Приведите примеры функциональных стратегий в территориальном маркетинге.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Логически корректное и убедительное изложение ответа.
- оценка «хорошо» - знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.
- оценка «удовлетворительно» - фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий;
- оценка «неудовлетворительно» - незнание, либо отрывочное представление о данных вопросах в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

Доклад

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

Темы докладов:

Содержание стратегической маркетинговой деятельности («Есть у Вас план, Мистер Фикс?»)

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Логически корректное и убедительное изложение ответа.
- оценка «хорошо» - знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.
- оценка «удовлетворительно» - фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с

использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий;

- оценка «неудовлетворительно» - незнание, либо отрывочное представление о данных вопросах в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

Деловая игра: «Фокус-группа»

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

1. 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.

2. 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»?

Критерии оценки:

- «отлично» - если студенты полностью справились с поставленной задачей, представили выполненную работу.
- «хорошо» - работа выполнена правильно, но допущены несущественные ошибки в оформлении.
- «удовлетворительно» - студенты допустили серьезные ошибки при выполнении задания.
- «неудовлетворительно» - студенты не выполнили задание.

Устный опрос

Тема: Позиционирование, репутация и имидж территории

1. Раскройте сущность позиционирования.
2. Опишите ассоциативную цепь следующих территорий:
 - Канары;
 - Кемерово.
3. Какие вы знаете условия дифференциации территориального продукта? Для чего и для кого она проводится?
4. Может ли власть позиционировать «вымышленные» исключительные («отличные от других») свойства территории?
5. На чем основано позиционирование территориального продукта?
6. Фазы принятия решения о выборе территории потенциальным ее потребителем.
7. В чем опасность пренебрежения «мягкими дифференциаторами» территориального продукта (можно воспользоваться кейсом «Мусорный кризис» в качестве иллюстрации)?
8. На какие целевые группы, на ваш взгляд, должны быть направлены стратегии дифференцирования и позиционирования г. Новосибирска?

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным

аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

- оценка «хорошо» - знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

- оценка «удовлетворительно» - фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий;

- оценка «неудовлетворительно» - незнание, либо отрывочное представление о данных вопросах в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

Доклад

Тема: Позиционирование, репутация и имидж территории

Темы докладов:

Имидж и символика территории («Как вы лодку назовете...»)

Позиция Новосибирской области в рамках России

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

- оценка «хорошо» - знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

- оценка «удовлетворительно» - фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий;

- оценка «неудовлетворительно» - незнание, либо отрывочное представление о данных вопросах в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

Творческая работа

Тема: Позиционирование, репутация и имидж территории

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

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

1.2. Просмотрите гербы городов:

1. входящих в Сибирский федеральный округ;
2. находящихся в европейской части России.



2.



Какие из них, на ваш взгляд, отражают уникальные особенности (внешние конкурентные преимущества) территории, и могут быть использованы для ее позиционирования?

Критерии оценки:

- «отлично» - если студенты полностью справились с поставленной задачей, презентовали выполненную работу.
- «хорошо» - работа выполнена правильно, но допущены несущественные ошибки в оформлении.

- «удовлетворительно» - студенты допустили серьезные ошибки при выполнении задания.
- «неудовлетворительно» - студенты не выполнили задание.

Вопросы к зачету

1. Сущность территориального маркетинга.
2. Субъекты и объекты маркетинга территорий.
3. Внутренняя маркетинговая среда территории.
4. Внешняя макро-; микросреда территории.
5. Инструменты стратегического анализа в маркетинге территорий: SWOT-; GAP-; и PEST.
6. Комплекс маркетинга в территориальном управлении.
7. Территориальный продукт. Его отличие от внутренней среды территории.
8. «Упаковка» и «маркировка» территориального продукта.
9. Цена территориального продукта.
10. Место геопродукта: различные подходы к определению и возможностям управления.
11. Продвижение территории.
12. Макросегментация базового рынка в маркетинге территорий.
13. Микросегментация потребителей территориального продукта.
14. Стратегии охвата базового рынка потребителей геопродукта.
15. Поведение потребителей ресурсов территории.
16. Дифференциаторы территории.
17. Методы исследования и источники информации в маркетинге территорий.
18. Позиционирование территории.
19. Дифференцирование территориального продукта.
20. Конкурентоспособность и конкурентные преимущества территории.
21. Деловые, конкурентные и функциональные стратегии в маркетинге территорий.
22. Инвестиционная привлекательность и повышение качества жизни населения как основные задачи маркетинга территорий.
23. Формирование имиджа геопродукта.
24. Реализация маркетингового подхода в государственной и муниципальной службе.

Критерии оценки:

Отметка «**зачтено**» предполагает:

- Хорошее знание основных терминов и понятий курса;
- Последовательное изложение материала курса;
- Умение формулировать некоторые обобщения по теме вопросов;
- Достаточно полные ответы на вопросы.

Отметка «**не зачтено**» предполагает:

- Неудовлетворительное знание основных терминов и понятий курса;
- Отсутствие логики и последовательности в изложении материала курса;
- Неумение формулировать отдельные выводы и обобщения по теме вопросов

МАТРИЦА СООТВЕТСТВИЯ КРИТЕРИЕВ ОЦЕНКИ УРОВНЮ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Критерии оценки	Уровень сформированности компетенций
Оценка по пятибалльной системе	
«Отлично»	«Высокий уровень»
«Хорошо»	«Повышенный уровень»
«Удовлетворительно»	«Пороговый уровень»
«Неудовлетворительно»	«Не достаточный»
Оценка по системе «зачет – незачет»	
«Зачтено»	«Достаточный»
«Не зачтено»	«Не достаточный»

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

1. Положение «О балльно-рейтинговой системе аттестации студентов»: СМК ПНД 08-01-2015, введено приказом от 28.09.2011 №371-О, утверждено ректором 12.10.2015 г. (<http://nsau.edu.ru/file/403>: режим доступа свободный);

2. Положение «О проведении текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся в ФГБОУ ВО Новосибирский ГАУ»: СМК ПНД 77-01-2015, введено в действие приказом от 03.08.2015 №268а-О (<http://nsau.edu.ru/file/104821>: режим доступа свободный).

Составитель


 подпись

С.В. Шарыбар

«25» апреля 2017 г.