

Казахский национальный университет имени аль-Фараби  
Высшая школа экономики и бизнеса  
Кафедра «Бизнес-технологии»

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ  
ПО ПРОВЕДЕНИЮ СЕМИНАРСКИХ ЗАДАНИЙ ПО ПРЕДМЕТУ  
Территориальный маркетинг**

---

*(название предмета согласно учебной программе)*

**91701**

---

*(код предмета согласно учебной программе)*

**Бакалавр по специальности «7М04129 Маркетинг»**

---

*(название и код образовательной программы по дисциплине)*

Алматы 2023 г.

**Разработчик:**

Доктор (PhD), зам. зав. кафедрой «Бизнес-технологии» по НИД и МС, старший преподаватель

---

(ФИО, ученая степень, ученое звание, должность)

Методические рекомендации и программа семинарских по дисциплине «Территориальный маркетинг» рассмотрены и одобрены на заседании кафедры «Бизнес-технологии».

Протокол № \_\_\_\_\_ « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

## Методические указания по проведению семинарских занятий

### Методика проведения практических (семинарских) занятий

#### Общая характеристика проведения семинарского занятия

**Цель дисциплины** - сформировать у магистрантов способность применять инструменты и методы территориального маркетинга для создания привлекательного имиджа территории.

Семинарское занятие проводится по пройденным темам. Ниже представлена структура проведения семинарского занятия: ответы на основные вопросы, выполнение заданий, решение задач, ответы на тестовые вопросы, обсуждение результатов, подведение итогов.

#### Содержание практических (семинарских) занятий

**1. Беседа.** Предмет и объект маркетинга территорий.

**Цель:** описать основные понятия и термины предмета и объекта маркетинга территории на основе эволюции этого предмета.

**Форма проведения:** устно, решение задач, 227 кабинет.

**Вопросы:**

1. Предпосылки к возникновению территориального маркетинга
2. Этапы развития территориального маркетинга.
3. Сущность территориального маркетинга
4. Отличительные особенности территориального маркетинга
5. Виды территориального маркетинга.

**Задание:**

- Обсуждение: анализ необходимости применения интернет-маркетинга
- Анализ особенностей использования территориального маркетинга.
- Практические вопросы и ситуационные задания

**Рекомендации** – прочитать всю литературу по территориальному маркетингу.

**Форма оценивания:** преподавателем по критериям (всего 10 баллов).

**Литература:**

**Литература:** основная, дополнительная.

1. Маркетинг территории : [учеб. пособие] / О. Т. Ергунова ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017. – 136 с.

2. Важенина И. С. Имидж, репутация и бренд территории / И. С. Важенина. – Екатеринбург : Ин-т экономики УрО РАН, 2023. – 408 с.

3. Визгалов Д. Маркетинг города / Д. Визгалов. – М. : Институт экономики города, 2018. – 110 с.

4. Маркетинг мест. Привлечение предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер. – СПб. : Стокгольмская школа экономики, 2015. – 382 с.

5. Панкрухин, А.П. Маркетинг территорий: учебное пособие для вузов. / А.П. Панкрухин. - СПб.: Питер, 2016. – 416с.

**Исследовательская инфраструктура**

1. Центр Smart marketing and logistics

**Профессиональные научные базы данных**

1. Journal of urban economics

**Интернет-ресурсы**

1. <https://sendpulse.kz/support/glossary/territorial-marketing>
2. [https://www.marketch.ru/marketing\\_dictionary/marketing\\_terms\\_t/territorialnyy\\_marketin](https://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_t/territorialnyy_marketin)

g/

**Программное обеспечение**

Программа SPSS

## **2. Опрос.** Применение основных инструментов маркетинга территорий

**Цель:** объяснить основные инструменты маркетинга территории для дальнейшего продвижения имиджа страны.

**Форма проведения:** опрос 227 кабинет

### **Вопросы:**

1. Средства и инструменты территориального маркетинга.
2. Swot –анализ территории.
3. СТЕP-анализ как инструменты и механизмы территориального маркетинга.

### **Задание:**

- Обсуждение: Основные направления интернет-маркетинга.
- Практические вопросы и ситуационные задания

Кейс «Исследование потребительских предпочтений в отношении товаров, работ и услуг в системе интернет»

**Рекомендации** – прочитать всю литературу.

**Форма оценивания:** преподавателем по критериям (всего 10 баллов)

### **Литература:**

1. Маркетинг территории : [учеб. пособие] / О. Т. Ергунова ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер.ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017. – 136 с.
2. Важенина И. С. Имидж, репутация и бренд территории / И. С. Важенина. – Екатеринбург : Ин-т экономики УрО РАН, 2023. – 408 с.
3. Визгалов Д. Маркетинг города / Д. Визгалов. – М. : Институт экономики города, 2018. – 110 с.
4. Маркетинг мест. Привлечение предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер. – СПб. : Стокгольмская школа экономики, 2015. – 382 с.
5. Панкрухин, А.П. Маркетинг территорий: учебное пособие для вузов. / А.П. Панкрухин. - СПб.: Питер, 2016. – 416с.

### **Исследовательская инфраструктура**

2. Центр Smart marketing and logistics

### **Профессиональные научные базы данных**

1. Journal of urban economics

### **Интернет-ресурсы**

3. <https://sendpulse.kz/support/glossary/territorial-marketing>
4. [https://www.marketch.ru/marketing\\_dictionary/marketing\\_terms\\_t/territorialnyy\\_marketing/](https://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_t/territorialnyy_marketing/)

g/

### **Программное обеспечение**

Программа SPSS

## **3. Семинарское занятие. Анализ.** Специфика городского маркетинга

**Цель:** изучить специфику городского маркетинга для дальнейшего функционирования данного объекта.

**Форма проведения:** устно, решение задач 227 кабинет

### **Вопросы:**

1. Развитие городов.
2. Методы городского маркетинга
3. Имиджевый маркетинг;
4. Маркетинг достопримечательностей
5. Инфраструктурный маркетинг.
6. Маркетинг людей.

### **Задание:**

- практические вопросы и ситуационные задания

**Рекомендации** – прочитать всю литературу по территориальному маркетингу.

**Форма оценивания:** преподавателем по критериям (всего 10 баллов)

**Литература:**

- 1.Маркетинг территории : [учеб. пособие] / О. Т. Ергунова ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер.ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017. – 136 с.
2. Важенина И. С. Имидж, репутация и бренд территории / И. С. Важенина. – Екатеринбург : Ин-т экономики УрО РАН, 2023. – 408 с.
3. Визгалов Д. Маркетинг города / Д. Визгалов. – М. : Институт экономики города, 2018. – 110 с.
4. Маркетинг мест. Привлечение предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер. – СПб. : Стокгольмская школа экономики, 2015. – 382 с.
5. Панкрухин, А.П. М аркетинг территорий: учебное пособие для вузов. / А.П. Панкрухин. - СПб.: Питер, 2016. – 416с.

**Исследовательская инфраструктура**

3. Центр Smart marketing and logistics

**Профессиональные научные базы данных**

- 1.Journal of urban economics

**Интернет-ресурсы**

5. <https://sendpulse.kz/support/glossary/territorial-marketing>
6. [https://www.marketch.ru/marketing\\_dictionary/marketing\\_terms\\_t/territorialnyy\\_marketing/](https://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_t/territorialnyy_marketing/)

g/

**Программное обеспечение**

Программа SPSS

**4. Семинарское занятие Кейс. Индикаторы состояния городов и бренд города.**

**Цель:** исследовать индикаторы состояния городов и бренд города на основе инструментов маркетинга.

**Форма проведения:** устно 227 кабинет.

**Вопросы:**

1. Индикаторы состояния городов.
2. Преимущество создания бренда города
3. Технология бренда города.

**Задание:**

1. Письменное домашнее задание:

**Рекомендации** – прочитать всю литературу по территориальному маркетингу.

**Форма оценивания:** преподавателем по критериям (всего 10 баллов)

**Литература:**

- 1.Маркетинг территории : [учеб. пособие] / О. Т. Ергунова ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер.ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017. – 136 с.
2. Важенина И. С. Имидж, репутация и бренд территории / И. С. Важенина. – Екатеринбург : Ин-т экономики УрО РАН, 2023. – 408 с.
3. Визгалов Д. Маркетинг города / Д. Визгалов. – М. : Институт экономики города, 2018. – 110 с.
4. Маркетинг мест. Привлечение предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер. – СПб. : Стокгольмская школа экономики, 2015. – 382 с.
5. Панкрухин, А.П. М аркетинг территорий: учебное пособие для вузов. / А.П. Панкрухин. - СПб.: Питер, 2016. – 416с.

**Исследовательская инфраструктура**

4. Центр Smart marketing and logistics

**Профессиональные научные базы данных**

1. Journal of urban economics

**Интернет-ресурсы**

7. <https://sendpulse.kz/support/glossary/territorial-marketing>

8. [https://www.marketch.ru/marketing\\_dictionary/marketing\\_terms\\_t/territorialnyy\\_marketin](https://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_t/territorialnyy_marketin)

g/

**Программное обеспечение**

Программа SPSS

**5. Семинарское занятие Беседа.** Город и маркетинговые коммуникации

**Цель:** исследовать возможности применения маркетинговых коммуникаций в городах для успешного позиционирования города.

**Форма проведения:** устно 227 кабинет.

**Вопросы:**

1. Зарубежный опыт в продвижении маркетинговых коммуникаций.
2. Краудсорсинг как технология территориального маркетинга.
3. Технологии маркетинговых коммуникаций.

**Задание:**

• Необходимо оценить и определить предпочтения потребителей для разработки маркетинга города.

**Рекомендации** – прочитать всю литературу.

**Форма оценивания:** преподавателем по критериям (всего 10 баллов)

**Литература:**

1. Маркетинг территории : [учеб. пособие] / О. Т. Ергунова ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017. – 136 с.

2. Важенина И. С. Имидж, репутация и бренд территории / И. С. Важенина. – Екатеринбург : Ин-т экономики УрО РАН, 2023. – 408 с.

3. Визгалов Д. Маркетинг города / Д. Визгалов. – М. : Институт экономики города, 2018. – 110 с.

4. Маркетинг мест. Привлечение предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер. – СПб. : Стокгольмская школа экономики, 2015. – 382 с.

5. Панкрухин, А.П. Маркетинг территорий: учебное пособие для вузов. / А.П. Панкрухин. - СПб.: Питер, 2016. – 416с.

**Исследовательская инфраструктура**

5. Центр Smart marketing and logistics

**Профессиональные научные базы данных**

1. Journal of urban economics

**Интернет-ресурсы**

9. <https://sendpulse.kz/support/glossary/territorial-marketing>

10. [https://www.marketch.ru/marketing\\_dictionary/marketing\\_terms\\_t/territorialnyy\\_marketin](https://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_t/territorialnyy_marketin)

g/

**Программное обеспечение**

Программа SPSS

**6. Семинарское занятие Опрос.** Позиционирование регионов

**Цель:** рассмотреть позиционирование регионов для успешного продвижения регионов Казахстана.

**Форма проведения:** решение задач, 227 кабинет

**Вопросы:**

1. Роль событийного маркетинга в региональном позиционировании.
2. Зарубежный опыт позиционирования регионов
3. Позиционирование регионов в Республике Казахстан.

**Задание:**

Изучить позиционирование регионов.

**Рекомендации** – прочитать всю литературу, изучить компании, которые позиционируют регионы.

**Форма оценивания:** преподавателем по критериям (всего 10 баллов)

**Литература:**

1. Маркетинг территории : [учеб. пособие] / О. Т. Ергунова ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017. – 136 с.
2. Важенина И. С. Имидж, репутация и бренд территории / И. С. Важенина. – Екатеринбург : Ин-т экономики УрО РАН, 2023. – 408 с.
3. Визгалов Д. Маркетинг города / Д. Визгалов. – М. : Институт экономики города, 2018. – 110 с.
4. Маркетинг мест. Привлечение предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер. – СПб. : Стокгольмская школа экономики, 2015. – 382 с.
5. Панкрухин, А.П. Маркетинг территорий: учебное пособие для вузов. / А.П. Панкрухин. - СПб.: Питер, 2016. – 416с.

**Исследовательская инфраструктура**

6. Центр Smart marketing and logistics

**Профессиональные научные базы данных**

1. Journal of urban economics

**Интернет-ресурсы**

11. <https://sendpulse.kz/support/glossary/territorial-marketing>
12. [https://www.marketch.ru/marketing\\_dictionary/marketing\\_terms\\_t/territorialnyy\\_marketin](https://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_t/territorialnyy_marketin)

g/

**Программное обеспечение**

Программа SPSS

**7. Семинарское занятие Опрос.** Целевые рынки покупателей услуг территорий. Позиционирование регионов

**Цель:** исследовать целевые рынки покупателей услуг территорий для позиционирования регионов.

**Форма проведения:** решение задач 227 кабинет.

**Вопросы:**

1. Целевые рынки покупателей услуг территории
2. Информационная структура процесса регионального маркетинга
3. Рынок приезжих
4. Жители и работающие по найму.

**Задание:**

- Разработка и презентация территорий как маркетингового продукта
- Кейс

**Рекомендации** – прочитать всю литературу, изучить компании, которые занимаются территориальным маркетингом.

**Форма оценивания:** преподавателем по критериям (всего 10 баллов)

**Литература для приготовления:**

1. Маркетинг территории : [учеб. пособие] / О. Т. Ергунова ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017. – 136 с.
2. Важенина И. С. Имидж, репутация и бренд территории / И. С. Важенина. – Екатеринбург : Ин-т экономики УрО РАН, 2023. – 408 с.
3. Визгалов Д. Маркетинг города / Д. Визгалов. – М. : Институт экономики города, 2018. – 110 с.
4. Маркетинг мест. Привлечение предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер. – СПб. : Стокгольмская школа экономики, 2015. – 382 с.
5. Панкрухин, А.П. Маркетинг территорий: учебное пособие для вузов. / А.П. Панкрухин. - СПб.: Питер, 2016. – 416с.

#### **Исследовательская инфраструктура**

7. Центр Smart marketing and logistics

#### **Профессиональные научные базы данных**

1. Journal of urban economics

#### **Интернет-ресурсы**

13. <https://sendpulse.kz/support/glossary/territorial-marketing>
14. [https://www.marketch.ru/marketing\\_dictionary/marketing\\_terms\\_t/territorialnyy\\_marketin](https://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_t/territorialnyy_marketin)

g/

#### **Программное обеспечение**

Программа SPSS

### **8. Семинарское занятие Анализ Ребрендинг регионов.**

**Цель:** изучение особенностей ребрендинга регионов на основе современных инструментов маркетинга.

**Форма проведения:** устно 227 кабинет

#### **Вопросы:**

1. Понятие ребрендинга.
2. Технология ребрендинга регионов.

#### **Задание:**

- *Практические вопросы и ситуационные задания*
- *Кейс*

**Рекомендации** – прочитать всю литературу по ребрендингу регионов.

**Форма оценивания:** преподавателем по критериям (всего 5 баллов)

#### **Литература:**

1. Маркетинг территории : [учеб. пособие] / О. Т. Ергунова ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017. – 136 с.
2. Важенина И. С. Имидж, репутация и бренд территории / И. С. Важенина. – Екатеринбург : Ин-т экономики УрО РАН, 2023. – 408 с.
3. Визгалов Д. Маркетинг города / Д. Визгалов. – М. : Институт экономики города, 2018. – 110 с.
4. Маркетинг мест. Привлечение предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер. – СПб. : Стокгольмская школа экономики, 2015. – 382 с.
5. Панкрухин, А.П. Маркетинг территорий: учебное пособие для вузов. / А.П. Панкрухин. - СПб.: Питер, 2016. – 416с.

#### **Исследовательская инфраструктура**



8. Центр Smart marketing and logistics

**Профессиональные научные базы данных**

1. Journal of urban economics

**Интернет-ресурсы**

<https://sendpulse.kz/support/glossary/territorial-marketing>

[https://www.marketch.ru/marketing\\_dictionary/marketing\\_terms\\_t/territorialnyy\\_marketing/](https://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_t/territorialnyy_marketing/)

**Программное обеспечение**

Программа SPSS

## 9. Семинарское занятие. Кейс. Цифровой маркетинг регионов.

**Цель:** изучение использования возможностей цифрового маркетинга региона на основе современных инструментов продвижения.

**Форма проведения:** устно 227 кабинет

**Вопросы:**

1. Понятие цифрового маркетинга региона.
2. Особенности цифрового маркетинга региона.
3. Компоненты цифрового маркетинга региона.

**Задание:**

- Практические вопросы и ситуационные задания

**Рекомендации** – прочитать всю литературу по территориальному маркетингу.

**Форма оценивания:** преподавателем по критериям (всего 5 баллов)

**Литература:**

1. Маркетинг территории : [учеб. пособие] / О. Т. Ергунова ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017. – 136 с.

2. Важенина И. С. Имидж, репутация и бренд территории / И. С. Важенина. – Екатеринбург : Ин-т экономики УрО РАН, 2023. – 408 с.

3. Визгалов Д. Маркетинг города / Д. Визгалов. – М. : Институт экономики города, 2018. – 110 с.

4. Маркетинг мест. Привлечение предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер. – СПб. : Стокгольмская школа экономики, 2015. – 382 с.

5. Панкрухин, А.П. Маркетинг территорий: учебное пособие для вузов. / А.П. Панкрухин. - СПб.: Питер, 2016. – 416с.

**Исследовательская инфраструктура**

9. Центр Smart marketing and logistics

**Профессиональные научные базы данных**

1. Journal of urban economics

**Интернет-ресурсы**

15. <https://sendpulse.kz/support/glossary/territorial-marketing>

16. [https://www.marketch.ru/marketing\\_dictionary/marketing\\_terms\\_t/territorialnyy\\_marketing/](https://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_t/territorialnyy_marketing/)

g/

**Программное обеспечение**

Программа SPSS

## 10. Семинарское занятие. Беседа. Межрегиональная активность Республики Казахстан.

**Цель:** исследовать межрегиональную активность Республики Казахстан на основе современных приемов и методов маркетинга

**Форма проведения:** устно, объяснение 227 кабинет.

**Вопросы:**

1. Межрегиональная схема территориального развития.
2. Межрегиональная активность Республики Казахстан.

**Задание:**

*Анализ специфики применения межрегиональной активности в Республике Казахстан.*

**Рекомендации** – прочитать всю литературу, изучить особенности межрегиональной активности.

**Форма оценивания:** преподавателем по критериям (всего 5 баллов)

**Литература:**

1. Маркетинг территории : [учеб. пособие] / О. Т. Ергунова ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017. – 136 с.
2. Важенина И. С. Имидж, репутация и бренд территории / И. С. Важенина. – Екатеринбург : Ин-т экономики УрО РАН, 2023. – 408 с.
3. Визгалов Д. Маркетинг города / Д. Визгалов. – М. : Институт экономики города, 2018. – 110 с.
4. Маркетинг мест. Привлечение предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер. – СПб. : Стокгольмская школа экономики, 2015. – 382 с.
5. Панкрухин, А.П. Маркетинг территорий: учебное пособие для вузов. / А.П. Панкрухин. - СПб.: Питер, 2016. – 416с.

**Исследовательская инфраструктура**

Центр Smart marketing and logistics

**Профессиональные научные базы данных**

1. Journal of urban economics

**Интернет-ресурсы**

<https://sendpulse.kz/support/glossary/territorial-marketing>

[https://www.marketch.ru/marketing\\_dictionary/marketing\\_terms\\_t/territorialnyy\\_marketing/](https://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_t/territorialnyy_marketing/)

**Программное обеспечение**

Программа SPSS

**11. Семинарское занятие. Опрос. Конкурентоспособность страны**

**Цель** – повышение конкурентоспособности Республики Казахстан на основе современных инструментов маркетинга.

**Форма проведения:** решение задач, письменно 227 кабинет

**Вопросы:**

1. Конкурентоспособность страны.
2. Конкурентные преимущества страны.
3. Оценка конкурентных преимуществ страны.
4. Маркетинговый потенциал страны.

**Задание:**

• Практические вопросы и ситуационные задания

**Рекомендации** – прочитать всю литературу по конкурентоспособности стран.

**Форма оценивания:** преподавателем по критериям (всего 5 баллов)

**Литература:**

1. Маркетинг территории : [учеб. пособие] / О. Т. Ергунова ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017. – 136 с.
2. Важенина И. С. Имидж, репутация и бренд территории / И. С. Важенина. – Екатеринбург : Ин-т экономики УрО РАН, 2023. – 408 с.
3. Визгалов Д. Маркетинг города / Д. Визгалов. – М. : Институт экономики города, 2018. – 110 с.
4. Маркетинг мест. Привлечение предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер. – СПб. : Стокгольмская школа экономики, 2015. – 382 с.
5. Панкрухин, А.П. Маркетинг территорий: учебное пособие для вузов. / А.П. Панкрухин. - СПб.: Питер, 2016. – 416с.

#### **Исследовательская инфраструктура**

Центр Smart marketing and logistics

#### **Профессиональные научные базы данных**

.Journal of urban economics

#### **Интернет-ресурсы**

<https://sendpulse.kz/support/glossary/territorial-marketing>

[https://www.marketch.ru/marketing\\_dictionary/marketing\\_terms\\_t/territorialnyy\\_marketing/](https://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_t/territorialnyy_marketing/)

#### **Программное обеспечение**

Программа SPSS

## **12. Семинарское занятие Исследование. Понятие и структура имиджа страны**

**Цель:** раскрыть имидж стран для повышения привлекательности туристов и инвестиций.

**Форма проведения:** устно 227 кабинет

#### **Вопросы:**

1. Сущность имиджа страны.
2. Зарубежный опыт формирования имиджа стран.
3. Особенности формирования имиджа Республики Казахстан
4. Маркетинг страны.

#### **Задание:**

•Практические вопросы и ситуационные задания

**Рекомендации** – прочитать всю литературу по имиджу страны.

**Форма оценивания:** преподавателем по критериям (всего 5 баллов)

## **Литература**

1. Маркетинг территории : [учеб. пособие] / О. Т. Ергунова ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017. – 136 с.
2. Важенина И. С. Имидж, репутация и бренд территории / И. С. Важенина. – Екатеринбург : Ин-т экономики УрО РАН, 2023. – 408 с.
3. Визгалов Д. Маркетинг города / Д. Визгалов. – М. : Институт экономики города, 2018. – 110 с.
4. Маркетинг мест. Привлечение предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер. – СПб. : Стокгольмская школа экономики, 2015. – 382 с.
5. Панкрухин, А.П. Маркетинг территорий: учебное пособие для вузов. / А.П. Панкрухин. - СПб.: Питер, 2016. – 416с.

#### **Исследовательская инфраструктура**

10. Центр Smart marketing and logistics

#### **Профессиональные научные базы данных**

1. Journal of urban economics

#### **Интернет-ресурсы**

<https://sendpulse.kz/support/glossary/territorial-marketing>

[https://www.marketch.ru/marketing\\_dictionary/marketing\\_terms\\_t/territorialnyy\\_marketing/](https://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_t/territorialnyy_marketing/)

#### **Программное обеспечение**

Программа SPSS

### **13. Семинарское занятие Кейс. Механизм территориального маркетинга**

**Цель** –исследовать механизм территориального маркетинга на основе современных инструментов продвижения.

**Форма проведения:** устно 227 кабинет

#### **Вопросы:**

- 1.Стадии цикла территориального маркетинга.
2. Формирование внешних и внутренних потребностей.
3. Территориальный профиль
4. Продвижение территории.

#### **Задание:**

Подготовить презентацию по территориальному маркетингу.

**Рекомендации** – прочитать всю литературу, изучить особенности механизма территориального маркетинга.

**Форма оценивания:** преподавателем по критериям (всего 5 баллов)

#### **Литература:**

1.Маркетинг территории : [учеб. пособие] / О. Т. Ергунова ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер.ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017. – 136 с.

2. Важенина И. С. Имидж, репутация и бренд территории / И. С. Важенина. – Екатеринбург : Ин-т экономики УрО РАН, 2023. – 408 с.

3. Визгалов Д. Маркетинг города / Д. Визгалов. – М. : Институт экономики города, 2018. – 110 с.

4. Маркетинг мест. Привлечение предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер. – СПб. : Стокгольмская школа экономики, 2015. – 382 с.

5. Панкрухин, А.П. М аркетинг территорий: учебное пособие для вузов. / А.П. Панкрухин. - СПб.: Питер, 2016. – 416с.

#### **Исследовательская инфраструктура**

Центр Smart marketing and logistics

#### **Профессиональные научные базы данных**

- 1.Journal of urban economics

#### **Интернет-ресурсы**

<https://sendpulse.kz/support/glossary/territorial-marketing>

[https://www.marketch.ru/marketing\\_dictionary/marketing\\_terms\\_t/territorialnyy\\_marketing/](https://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_t/territorialnyy_marketing/)

#### **Программное обеспечение**

Программа SPSS

### **14. Семинарское занятие. Беседа. Построение модели территориального маркетинга**

**Цель:** построить эффективную модель территориального маркетинга для повышения привлекательности регионов.

**Форма проведения:** решение задач 227 кабинет

#### **Вопросы:**

- 1.Зарубежный опыт построения модели террриториального маркетинга.
2. Разработка модели территориального маркетинга для Республики Казахстан.

#### **Задание:**

2. На конкретном примере привести пример комплексной эффективной модели территориального маркетинга.

**Рекомендации** – прочитать всю литературу, изучить

**Форма оценивания:** преподавателем по критериям (всего 5 баллов)

**Литература для приготовления:**

1. Маркетинг территории : [учеб. пособие] / О. Т. Ергунова ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017. – 136 с.

2. Важенина И. С. Имидж, репутация и бренд территории / И. С. Важенина. – Екатеринбург : Ин-т экономики УрО РАН, 2023. – 408 с.

3. Визгалов Д. Маркетинг города / Д. Визгалов. – М. : Институт экономики города, 2018. – 110 с.

4. Маркетинг мест. Привлечение предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер. – СПб. : Стокгольмская школа экономики, 2015. – 382 с.

5. Панкрухин, А.П. Маркетинг территорий: учебное пособие для вузов. / А.П. Панкрухин. - СПб.: Питер, 2016. – 416с.

**Исследовательская инфраструктура**

Центр Smart marketing and logistics

**Профессиональные научные базы данных**

1. Journal of urban economics

**Интернет-ресурсы**

<https://sendpulse.kz/support/glossary/territorial-marketing>

[https://www.marketch.ru/marketing\\_dictionary/marketing\\_terms\\_t/territorialnyy\\_marketing/](https://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_t/territorialnyy_marketing/)

**Программное обеспечение**

Программа SPSS

## 15. Семинар-занятие. Опрос. Стратегии территориального маркетинга

**Цель:** разработать стратегии территориального маркетинга на основе современных методов продвижения.

**Форма проведения:** решение задач 227 кабинет

**Вопросы:**

1. Стратегии территориального маркетинга применяемые зарубежом.

2. Разработка стратегии территориального маркетинга.

**Задание:**

• Практические вопросы и ситуационные задания

**Рекомендации** – прочитать всю литературу по разработке стратегий территориального маркетинга.

**Форма оценивания:** преподавателем по критериям (всего 5 баллов)

**Литература:**

1. Маркетинг территории : [учеб. пособие] / О. Т. Ергунова ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017. – 136 с.

2. Важенина И. С. Имидж, репутация и бренд территории / И. С. Важенина. – Екатеринбург : Ин-т экономики УрО РАН, 2023. – 408 с.

3. Визгалов Д. Маркетинг города / Д. Визгалов. – М. : Институт экономики города, 2018. – 110 с.

4. Маркетинг мест. Привлечение предприятий, жителей и туристов в города, коммун, регионы и страны Европы / Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер. – СПб. : Стокгольмская школа экономики, 2015. – 382 с.

5. Панкрухин, А.П. Маркетинг территорий: учебное пособие для вузов. / А.П. Панкрухин. - СПб.: Питер, 2016. – 416с.

**Исследовательская инфраструктура**

Центр Smart marketing and logistics

**Профессиональные научные базы данных**

Journal of urban economics

**Интернет-ресурсы**

<https://sendpulse.kz/support/glossary/territorial-marketing>

[https://www.marketch.ru/marketing\\_dictionary/marketing\\_terms\\_t/territorialnyy\\_marketing/](https://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_t/territorialnyy_marketing/)

**Программное обеспечение**

Программа SPSS