

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

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_marketin

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. Маркетинг 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/

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. Маркетинг 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

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

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

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

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/

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/

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/

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/

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/

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/

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/

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, 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/

Программное обеспечение

Программа SPSS