

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ»**

Алтайский филиал

УТВЕРЖДЕНО
с изменениями
решением Ученого Совета Алтайского
филиала РАНХиГС
протокол от 26 августа 2021 года №10/1

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Современная урбанистика
(наименование образовательной программы)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.10 Маркетинг современного города

магистратура
(уровень образования)

07.04.04 Градостроительство
(код, наименование направления подготовки/специальности)

очно-заочная
(форма (формы) обучения)

Год набора – 2021

Барнаул, 2021 г.

Автор(ы)–составитель(и):

Доцент кафедры экономики и финансов, кандидат экономических наук Рожкова Дарья Викторовна

Заведующий кафедрой государственного и муниципального управления, кандидат социологических наук, доцент Гончарова Наталья Петровна

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|----|
| 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы..... | 4 |
| 2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО | 5 |
| 3. Содержание и структура дисциплины..... | 5 |
| 4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине | 6 |
| 5. Методические материалы по освоению дисциплины..... | 13 |
| 6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет | 14 |
| 6.1. Основная литература..... | 14 |
| 6.2. Дополнительная литература. | 15 |
| 6.3. Нормативные правовые документы..... | 15 |
| 6.4. Интернет-ресурсы..... | 15 |
| 7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы..... | 16 |

**1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю),
соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы**

1.1. Дисциплина Б1.В.10 «Маркетинг современного города» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

| Код компетенции | Наименование компетенции | Код компонента компетенции | Наименование компонента компетенции |
|-----------------|---|----------------------------|---|
| ПК-2 | Способен участвовать в подготовке и проведении исследований, в том числе с применением инновационных методов и технологий градостроительного проектирования | ПК-2.1 | Способен собирать и анализировать исходную информацию об объекте градостроительной деятельности |
| ПК-3 | Способен проводить комплексные прикладные и фундаментальные научные исследования | ПК-3.2 | Способен систематизировать результаты фундаментальных исследований в области градостроительства |

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

| ОТФ/ТФ / трудовые или профессиональные действия | Код компонента компетенции | Результаты обучения |
|--|----------------------------|--|
| Организация планирования и проектирования обустройства территорий применительно к конкретному территориальному объекту / Определение разрабатываемого территориального объекта, целей обустройства территории и необходимой для этого разработки вида (видов) градостроительной документации / Определение состава и характера необходимой исходной информации для первичного анализа территориального объекта - о состоянии объекта, условиях использования и обустройства территории, о градостроительном потенциале | ПК-2.1 | на уровне знаний: знает методологию территориального маркетинга и брендинга |
| | | на уровне умений: анализировать большие массивы информации профессионального содержания в области градостроительства для определения конкретного территориального объекта и вида градостроительной документации |
| | | на уровне навыков: определять потребности в исследованиях и изысканиях для разработки градостроительной документации |
| Проведение исследований и изысканий, необходимых для разработки конкретного вида градостроительной | ПК-3.2 | на уровне знаний: способы работы с информацией |
| | | на уровне умений: обрабатывать информацию, в том числе с |

| | |
|--|--|
| документации / Проведение исследований и изысканий, необходимых для разработки градостроительной документации / Составление обзоров и отчетов по результатам проведенных исследований и изысканий для разработки градостроительной документации по установленным требованиям | использованием автоматизированных информационных систем, обобщать и систематизировать сведения в различных видах и формах в области градостроительства |
| | на уровне навыков: анализировать большие массивы информации профессионального содержания |

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Общий объем дисциплины Б1.В.10 «Маркетинг современного города» составляет 2 зачетные единицы – 72 академических часа (54 астрономические часы), из них контактная работа – 48 академических часа (36 астрономические часы), включая занятия лекционного типа в объеме 16 академических часа (12 астрономические часы), занятия семинарского типа – 32 академических часа (24 астрономические часы). Форма промежуточной аттестации – зачет.

Дисциплина «Маркетинг современного города» относится к части, формируемым участниками образовательных отношений Блока 1 Дисциплины (модули) учебного плана по направлению подготовки 07.04.04 Градостроительство. Изучается на 1 курсе во 2 семестре.

3. Содержание и структура дисциплины

| № п/п | Наименование тем и/или разделов | Объем дисциплины (модуля), час. | | | | | Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации** | |
|--------------------------|--|---------------------------------|---|--------|--------|-----|---|----|
| | | Всего | Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий | | | | | СР |
| | | | Л/ДОТ | ЛР/ДОТ | ПЗ/ДОТ | КСР | | |
| Тема 1 | Основы маркетинга города и его организация. Информационный маркетинг городов | 14 | 4 | | 6 | 4 | О, ДП, ТЗМГ | |
| Тема 2 | Маркетинговые исследования и инструменты маркетинга города | 18 | 4 | | 10 | 4 | О, Д, ТЗМГ | |
| Тема 3 | Комплекс маркетинга города. | 14 | 4 | | 6 | 4 | Д, ДП | |
| Тема 4 | Стратегические направления организации маркетинга города | 17 | 4 | | 10 | 3 | О, Д, ТЗМГ | |
| Промежуточная аттестация | | | | | | | Зачет | |

| | | | | | | | |
|--------|----|----|--|----|---|----|--|
| Всего: | 72 | 16 | | 32 | 9 | 15 | |
|--------|----|----|--|----|---|----|--|

*Примечание: * формы заданий текущего контроля успеваемости (опрос (О), дискуссия (Д), доклад-презентация (ДП), выполнение задания творческими малыми группами (ТЗМГ) и др.), с применением которых ведется мониторинг успешности освоения образовательной программы обучающимися*

Содержание дисциплины

Тема 1. Основы маркетинга города и его организация. Информационный маркетинг городов. Понятие маркетинга города в системе территориального маркетинга. Маркетинг города. Специфика городского маркетинга. Аргументы функционирования и развития городов. Цели и задачи маркетинга города. Внутренний и внешний городской маркетинг. Маркетинг города и маркетинг в городе. Субъекты маркетинга города и их классификация. Инструменты маркетинга города. Стратегические направления информационного маркетинга города. Современные тенденции и инструменты построения маркетинговых структур в управлении городом.

Тема 2. Маркетинговые исследования и инструменты маркетинга города. Понятие маркетинговых исследований и система маркетинговой информации. Основные направления исследований в маркетинге. Сегментирование целевого рынка. Организация и проведение маркетингового исследования. Диагностика экономических процессов и анализ конъюнктуры региональных рынков. Система социально-экономических показателей развития городских рынков (индикаторы).

Тема 3. Комплекс маркетинга города. Концепция маркетинг-микс города. Особенности комплекса маркетинга для города. Позиционирование города. Инвестиционная привлекательность города.

Тема 4. Стратегические направления организации маркетинга города. Конкурентоспособность города и факторы, влияющие на нее. Информация и индикаторы состояния городов. Маркетинговые исследования населенных пунктов. Особенности SWOT-анализа территорий. SWOT-анализ города. Стратегия и тактика маркетинга города: маркетинг имиджа, маркетинг привлекательности, маркетинг населения. Маркетинг инфраструктуры. Брендинг города. Место маркетинговых технологий в процессе разработки стратегии развития города. Маркетинговые коммуникации. Служба маркетинга в органах власти и управления городом.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

В ходе реализации дисциплины Б1.В.10 «Маркетинг современного города» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

| Тема и/или раздел | Методы текущего контроля успеваемости |
|-------------------|---------------------------------------|
|-------------------|---------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Тема 1 Основы маркетинга города и его организация. Информационный маркетинг городов | Опрос, доклады-презентации, практические задания малыми группами |
| Тема 2 Маркетинговые исследования и инструменты маркетинга города | Опрос, дискуссия, практические задания малыми группами |
| Тема 3 Комплекс маркетинга города | Дискуссии, доклады-презентации |
| Тема 4 Стратегические направления организации маркетинга города | Опрос, дискуссия, практические задания малыми группами |

Зачет проводится в установленной форме по билетам (устный ответ на 1 теоретический вопрос и практическое задание).

Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Типовые оценочные материалы по теме 1

Вопросы для опроса:

1. Объясните концепцию маркетинга города. Почему появилась необходимость внедрения маркетинговых принципов в управление городом.
2. Перечислите содержательные отличия потребителей города.
3. Перечислите аргументы функционирования и развития городов.

Примерные темы докладов-презентаций:

Представьте какой-либо рейтинг любого города и дайте ему пояснение. Какие параметры закладываются в системообразующие элементы рейтинга.

Творческие задания для выполнения малыми группами:

По выбранным вами показателям проведите оценку города на основе материалов Росстата.

Типовые оценочные материалы по теме 2

Вопросы для опроса:

1. Понятие и задачи маркетинговых исследований
2. Система маркетинговой информации
3. Основные направления исследований в маркетинге.
4. Сегментирование целевого рынка.
5. Организация и проведение маркетингового исследования.
6. Диагностика экономических процессов и анализ конъюнктуры региональных рынков.

Примерные темы для дискуссий:

Представьте практическую аргументацию утверждения «Целевой рынок – точка приложения маркетинга».

Творческие задания для выполнения малыми группами:

Представьте проект маркетингового исследования вашего города (населенного пункта).

Типовые оценочные материалы по теме 3

Примерные темы докладов-презентаций:

1. Представьте концепцию маркетинга-микс для города вашего проживания.
2. Проведите позиционирование города по любым из интересующих вас показателям
3. Представьте комплекс мероприятий, направленных на повышение инвестиционной привлекательности вашего города.

Примерные темы для дискуссий:

Представьте опыт использования комплекса маркетинга города в мировой и отечественной практике деятельности органов власти.

Типовые оценочные материалы по теме 4

Вопросы для опроса:

1. Место маркетинговых технологий в процессе разработки стратегии развития города.
2. Маркетинговые коммуникации.
3. Охарактеризуйте стратегии маркетинга города
4. Понятие, сущность и значение брендинга города

Примерные темы для дискуссий:

1. Аргументируйте необходимость создания и реализации стратегического плана развития вашего города
2. Обоснуйте необходимость создания городского маркетингового центра

Творческие задания для выполнения малыми группами:

1. Проведите SWOT-анализ города с учетом конкретных экономических показателей по социальному блоку.
2. Проведите SWOT-анализ города с учетом конкретных статистических показателей по экономическому блоку.
3. Проведите SWOT-анализ города с учетом конкретных показателей по инфраструктурному блоку.
4. Охарактеризуйте имидж своего города и предложите несколько вариантов его улучшения
5. Придумайте программу продвижения для своего города

Оценочные материалы промежуточной аттестации

| Код компетенции | Наименование компетенции | Код компонента | Наименование компонента компетенции |
|-----------------|--------------------------|----------------|-------------------------------------|
|-----------------|--------------------------|----------------|-------------------------------------|

| | | | |
|------|---|-------------|---|
| | | компетенции | |
| ПК-2 | Способен участвовать в подготовке и проведении исследований, в том числе с применением инновационных методов и технологий градостроительного проектирования | ПК-2.1 | Способен собирать и анализировать исходную информацию об объекте градостроительной деятельности |
| ПК-3 | Способен проводить комплексные прикладные и фундаментальные научные исследования | ПК-3.2 | Способен систематизировать результаты фундаментальных исследований в области градостроительства |

| Компонент компетенции | Индикатор оценивания | Критерий оценивания |
|---|---|--|
| Способен собирать и анализировать исходную информацию об объекте градостроительной деятельности | Умеет собирать и анализировать информацию об объекте градостроительной деятельности для определения потребности в проведении изысканий и исследований | Демонстрирует уверенные умения собирать и анализировать информацию об объекте градостроительной деятельности для определения потребности в проведении изысканий и исследований |
| Способен систематизировать результаты фундаментальных исследований в области градостроительства | Умеет обрабатывать информацию, обобщать и систематизировать результаты фундаментальных исследований в различных видах и формах в области градостроительства | Демонстрирует уверенные умения обрабатывать информацию, обобщать и систематизировать результаты фундаментальных исследований в различных видах и формах в области градостроительства |

Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету

1. Понятие маркетинга города в системе территориального маркетинга. Специфика городского маркетинга.
2. Аргументы функционирования и развития городов.
3. Цели и задачи маркетинга города.
4. Субъекты маркетинга города и их классификация.
5. Инструменты маркетинга города.
6. Современные тенденции и инструменты построения маркетинговых структур в управлении городом.
7. Понятие маркетинговых исследований и система маркетинговой информации.
8. Основные направления исследований в маркетинге.
9. Сегментирование целевого рынка.
10. Организация и проведение маркетингового исследования.
11. Диагностика экономических процессов и анализ конъюнктуры региональных рынков.

12. Система социально-экономических показателей развития городских рынков (индикаторы).
13. Концепция маркетинг-микс города.
14. Особенности комплекса маркетинга для города.
15. Позиционирование города.
16. Конкурентоспособность города и факторы, влияющие на нее.
17. Особенности SWOT-анализа территорий. SWOT-анализ города.
18. Стратегия и тактика маркетинга города: маркетинг имиджа, маркетинг привлекательности, маркетинг населения. Маркетинг инфраструктуры.
19. Брендинг города.
20. Место маркетинговых технологий в процессе разработки стратегии развития города.
21. Маркетинговые коммуникации.

Типовые практические задания к зачету:

| Индикатор оценивания | Типовое задание |
|---|---|
| Умеет собирать и анализировать информацию об объекте градостроительной деятельности для определения потребности в проведении изысканий и исследований | 1. Проанализируйте информацию о развитии территории |
| Умеет обрабатывать информацию, обобщать и систематизировать результаты фундаментальных исследований в различных видах и формах в области градостроительства | 2. Обобщите результаты маркетинговое исследование территории. 3. Систематизируйте материалы фундаментальных маркетинговых исследований применительно к территории. |

Шкала оценивания

| Шкала оценивания | Критерии оценивания |
|------------------|--|
| Зачтено | <p>У обучающегося сформированы уверенные знания, умения и навыки, включенные в соответствующий этап освоения компетенций, он глубоко и полно освещает теоретические, методологические и практические аспекты вопроса, проявляет творческий подход к его изложению и демонстрирует дискуссионность проблематики, а также глубоко и полно раскрывает дополнительные вопросы. Этапы компетенций, предусмотренные рабочей программой, сформированы. Свободное владение материалом. Достаточный уровень знакомства со специальной научной литературой.</p> <p>Полные, исчерпывающие, аргументированные ответы на основной и дополнительные вопросы. Этапы компетенций, предусмотренные рабочей программой, сформированы. Детальное воспроизведение учебного материала. Практические навыки профессиональной деятельности в значительной мере сформированы. Приемлемое умение самостоятельного решения практических задач с отдельными элементами творчества. Обучающийся твердо знает материал дисциплины, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопросы.</p> <p>Этапы компетенций, предусмотренные рабочей программой, сформированы не в полной мере. Наличие минимально допустимого</p> |

| | |
|------------|--|
| | уровня в усвоении учебного материала и в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы не в полной мере. Обучающийся показывает знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, неправильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала |
| Не зачтено | Обучающийся не знает и не понимает сущности вопросов и предлагаемых задач. Этапы компетенций, предусмотренные рабочей программой, не сформированы. Недостаточный уровень усвоения понятийного аппарата и наличие фрагментарных знаний по программному материалу дисциплины, обучающийся допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно. |

Критерии решения типовых задач:

1. Понимает проблематику.
2. Устанавливает причинно-следственные связи.
3. Умеет применять теоретические знания для решения конкретных управленческих ситуаций.
4. Умеет обосновать предложенное решение.

Устный опрос (О)

При самостоятельной работе по подготовке к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с темой и списком вопросов по теме. Повторить лекционный материал по теме, отметить «проблемные» точки. Определить необходимую литературу из рекомендованной к курсу, так же, можно воспользоваться интернет – ресурсами и справочно-информационными системами. Сформировать тезисный список ответов на вопросы, со своими замечаниями и комментариями. обучающийся должен быть готов ответить на поставленные вопросы, аргументировать свой вариант ответа, ответить на дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя.

Критерии оценки устного опроса

Ответ обучающегося оценивается, исходя из следующих критериев:

- полнота, четкость, информационная насыщенность ответа;
- новизна используемой информации;
- знание и исследование научных источников, нормативных актов, юридической практики.

Оценивание устного опроса

Ответ обучающегося может быть оценен по 5-ти бальной шкале преподавателем, исходя из критериев оценки устного опроса.

Дискуссия (Д)

Дискуссия имеет ряд достоинств. Кроме других задач, обычно реализуемых на практическом (семинарском) занятии, эта форма наиболее удобна для выработки у студентов навыка аргументированного спора.

Дискуссия может быть и самостоятельной формой занятия и элементом других форм практических занятий. В первом случае наиболее интересно проходят такие занятия при разделении обучающихся на две и более групп с противоположными точками зрения по исследуемому вопросу. Вопросы, выносимые на подобные занятия, должны всегда иметь теоретическую и практическую значимость. Дискуссия как элемент обычного занятия может быть вызван преподавателем в ходе занятия или же заранее планируется им. Полемика возникает подчас и стихийно. В ходе полемики обучающиеся формируют у себя находчивость, быстроту мыслительной реакции.

Критерии оценки работы обучающегося во время дискуссии

При оценке ответов на вопросы для дискуссии учитывается в первую очередь уровень теоретической подготовки студента (владение категориальным аппаратом, знание нормативно-правовых основ темы и юридической практики), умение применять имеющиеся знания на практике (пояснить то или иное положение на примере), а также умение высказывать свое мнение, отстаивать свою позицию, слушать и оценивать различные точки зрения, конструктивно полемизировать, находить точки соприкосновения разных позиций.

Оценивание работы обучающегося во время дискуссии

Работа обучающегося может быть оценена по 5-ти бальной шкале преподавателем, исходя из критериев оценки работы

Критерии оценки выполнения творческих заданий в малых группах:

- продемонстрирована способность анализировать и обобщать информацию;
- продемонстрирована способность синтезировать на основе данных новую информацию;
- продемонстрирован высокий уровень культуры мышления, умение выполнять нестандартные задания;
- сделаны обоснованные выводы на основе интерпретации информации, разъяснения;
- установлены причинно-следственные связи, выявлены закономерности;
- критерии творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения интегрировать знания различных областей, аргументировать представляемую точку зрения;
- продемонстрирована способность выполнять задание в группе, вырабатывая единое мнение по обсуждаемому вопросу.

Оценивание выполнения творческих заданий:

Решение задачи может быть оценено по 5-ти балльной шкале преподавателем, исходя из критериев оценки.

Критерии оценки доклада-презентации:

- изложение доклада (владение материалом, научной терминологией, наглядность презентации, риторические способности, соблюдение регламента);
- содержание доклада (относительный уровень сложности, научность и глубина рассматриваемых фактов, методов и приемов решений и доказательств);
- актуальность и практическая значимость;
- ответы на вопросы.

Оценивание доклада-презентации:

Подготовка доклада-презентации и выступление с ним могут быть оценены по 5-ти балльной шкале преподавателем, исходя из приведенных критериев оценки.

5. Методические материалы по освоению дисциплины

Процесс освоения дисциплины складывается из лекционных и практических занятий, а также самостоятельной работы обучающихся. К формам самостоятельной работы относятся подготовка к практическим занятиям, подготовка к тестированию и пр. Наряду с прослушиванием лекций и участием в обсуждении проблем на практических занятиях, учебный план предусматривает затрату обучающимися, как правило, большего числа часов для самостоятельной работы.

Эта работа складывается из изучения литературы, в том числе в связи с подготовкой к практическим занятиям, выполнения других заданий преподавателя.

Основным элементом этой работы является изучение основных разделов дисциплины, содержащейся в программе по этой дисциплине, с использованием записей лекций преподавателя, ведущего курс, и рекомендуемой программой (а в ряде случаев и дополнительно преподавателем) литературы – учебников и учебных пособий, монографий и статей по отдельным проблемам данной науки. Такая работа должна выполняться в той или иной степени всеми обучающимися при подготовке к практическим занятиям. Но это можно делать и по темам, которые не выносятся на практические занятия – для этого рекомендуется сразу после лекции по теме прочитать рекомендованную по ней литературу. Это поможет закреплению материала.

Приступая к изучению той или иной темы, выделяемой по предметно-систематизированному принципу, нужно по отдельности и последовательно рассмотреть каждую из частей, из которых состоит тема.

При изучении курса, обучающиеся должны уметь пользоваться и научной литературой для самостоятельной подготовки к занятиям. Обучающиеся также должны научиться, используя различные научные источники, грамотно сформировать и подготовить свое научно обоснованное и логически непротиворечивое выступление на практическом занятии, анализировать конкретные факты общественной жизни, осуществлять прогноз относительно возможного направления анализа экономических процессов, формулировать и обосновывать свое мнение.

Без ясного понимания основных понятий образовательный процесс усложняется. Для повышения эффективности обучения необходимо использовать существующие терминологические справочники и толковые словари.

Контроль самостоятельной работы обучающегося – неотделимый, безусловно, необходимый, элемент организации и управления СР.

Вопросы для самостоятельной подготовки к занятиям лекционного, практического (семинарского) типов размещены в электронной образовательной среде <http://edu.alt.ranepa.ru>.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

6.1. Основная литература

1. Логунцова, И. В. Маркетинг территорий : учебник и практикум для вузов / И. В. Логунцова, И. В. Малькова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 163 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09402-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469015> .

2. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики / под редакцией К. Динн ; перевод с английского В. Сечной. — Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 336 с. — ISBN 978-5-91657-655-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/62340>

3. Годван, Д.Ф. Маркетинг мест как инструмент развития проблемных территорий / Д.Ф. Годван // Бизнес-образование в экономике знаний. — 2019. — № 3. — С. 23-26. — ISSN 2412-5318. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/311574>

4. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник / Скоробогатых И.И., под ред., Ефимова Д.М., под ред., Ивашкова Н.И., Кадрова В.А., Лопатинская И.В., Мешков А.А., Мусатов Б.В. — Москва : КноРус, 2021. — 568 с. — ISBN 978-5-406-08036-8. — URL: <https://book.ru/book/938883>

6.2. Дополнительная литература.

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/484237>
2. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Л. А. Данченко [и др.] ; под редакцией Л. А. Данченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 486 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01560-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: urait.ru
3. Кафидов, В. В. Современные методологические подходы к стратегическому управлению и развитию городов различных типов : монография / В. В. Кафидов. — Москва : Дело РАНХиГС, 2015. — 246 с. — ISBN 978-5-7749-1060-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/74959> .
4. Кононенко, Р.В. Маркетинг территории: сущность и цели применения / Р.В. Кононенко // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. — 2016. — № 3. — С. 148-156. — ISSN 2223-5639. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/302348>.
5. Рычкова, Н.В. Маркетинговые инновации : учебное пособие / Рычкова Н.В. — Москва : КноРус, 2021. — 226 с. — ISBN 978-5-406-04120-8. — URL: <https://book.ru/book/936932>
6. Беляев, В.И. Маркетинг: основы теории и практики : учебник / Беляев В.И. — Москва : КноРус, 2021. — 676 с. — ISBN 978-5-406-08027-6. — URL: <https://book.ru/book/938878>

6.3. Нормативные правовые документы

Справочно–информационные системы

1. - <http://www.consultant.ru/> Консультант Плюс
2. - <https://rospravosudie.com/> РосПравосудие
3. - http://www.uiec.ru/zhurnal_yekonomika_regiona/ Журнал Экономика региона

6.4. Интернет-ресурсы

1. - <http://alt.ranepa.ru/> официальный сайт Алтайского филиала РАНХиГС
2. - <http://www.iprbookshop.ru/> Электронно-библиотечная система IPRbooks

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Для обеспечения учебного процесса по дисциплине «Маркетинг современного города» филиал располагает учебными аудиториями для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, лабораторных практикумов, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещениями для самостоятельной работы и помещениями для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Лекционные аудитории оснащены видеопроекторным оборудованием для проведения презентаций, а также средствами звуковоспроизведения; помещения для практических занятий укомплектованы учебной мебелью; библиотека располагает рабочими местами с доступом к электронным библиотечным системам и сети интернет. Все учебные аудитории оснащены компьютерным оборудованием и лицензионным программным обеспечением.

Программное обеспечение: Microsoft Windows 10 профессиональная; Microsoft Office ProPlus 2016; ESET NOD32 Antivirus Business Edition; система ГАРАНТ; Справочная правовая система КонсультантПлюс; Архиватор 7ZIP; Средство просмотра файлов PDF-формата Adobe Acrobat Reader; Браузер Google Chrome; Браузер Mozilla Firefox.