

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич  
Должность: и.о. ректора  
Дата подписания: 23.09.2024 14:29:39  
Уникальный программный ключ:  
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования

**«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

УТВЕРЖДАЮ

\_\_\_\_\_

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

дисциплины: Маркетинг территорий  
направление подготовки: 43.03.03 Гостиничное дело  
направленность (профиль): Индустрия гостеприимства и туризма  
форма обучения: заочная

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом от 23.04.2024 г. и требованиями ОПОП 43.03.03 Гостиничное дело Индустрия гостеприимства и туризма к результатам освоения дисциплины

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Маркетинга и муниципального управления  
протокол №

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Белоножка Марина Львовна

Рабочую программу разработал:

доцент , к.с.н. \_\_\_\_\_ Третьякова Оксана Владимировна

### 1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины: формирование теоретических знаний и практических навыков по методологии и организации территориального маркетинга.

Задачи дисциплины:

- организовывать рекламные кампании;
- проводить опрос потребителей;
- применять методы формирования спроса и стимулирования сбыта.

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина относится к дисциплинам части учебного плана формируемого участниками образовательных отношений образовательной программы.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

Знание: сущности, функций и принципов маркетинга, этапов маркетинговой деятельности

Умение: анализировать опыт маркетинговой деятельности различных предприятий, организаций и территорий

Владение: навыками применения маркетинговых технологий.

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин:

Маркетинг

Устойчивое развитие территории

и служит основой для освоения дисциплин:

Реклама и PR в гостиничном и туристическом бизнесе

Отраслевые риски в сфере гостеприимства.

### 3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины/модуля направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
ПКС-6 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПКС-6.1 Использует маркетинговые технологии	Знать: 31 современные маркетинговые технологии в профессиональной деятельности
		Уметь: У1 применять маркетинговые технологии при разработке коммуникационного продукта
ПКС-6 Способность применять основные	ПКС-6.2 Уточняет структуру организации,	Знать: 32 организационные структуры организации

технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	зоны ответственности и функции подразделений	Уметь: У2 выявлять зоны ответственности, определять функции персонала организации
	ПКС-6.3 Использует современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты	Знать: З3 современные информационно-коммуникационные технологии используемые в маркетинговой деятельности
		Уметь: У3 применять современные информационно-коммуникационные технологии при разработке и реализации коммуникационного продукта
		Владеть: В1 специализированными программными продуктами в профессиональной деятельности
	ПКС-6.4 Проводит мониторинг появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках	Уметь: У4 проводить мониторинг необходимой информации из всех источников в целях профессиональной деятельности
Владеть: В2 навыками организации мониторинга маркетинговой информации		
ПКС-6.5 Обобщает статистическую и аналитическую информацию, характеризующую ситуацию на рынке продукции СМИ	Знать: З4 аналитику данных	
	Уметь: У5 обобщать статистическую и аналитическую информацию, характеризующую ситуацию на рынке продукции СМИ при реализации коммуникационного продукта	
ПКС-8 способность проводить комплексную региональную социально-экономическую диагностику	ПКС-8.1 Разрабатывает рекомендации по региональному социально-экономическому развитию	Знать: З5 современные технологии поиска, обработки, хранения и использования профессионально значимой информации

	ПКС-8.2 Использует методы и инструменты проведения исследований	Уметь: У6 анализировать информацию профессионального содержания для определения характера информации, состава ее источников и условий ее получения
		Владеть: В3 навыками поиска и сбора информации
		Знать: З6 принципы экономики и социологии
		Уметь: У7 определять цели исследований, необходимых для планирования и проектирования обустройства территорий
		Владеть: В4 навыками определения целей исследований и изысканий

#### 4. Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц 108 акад. часов.

Таблица 4.1

Курс	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Контроль, час.	Форма промежуточной аттестации
	Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия			
4	6	10		88	4	Зачёт, Контр.раб.

#### 5. Структура и содержание дисциплины

##### 5.1. Структура дисциплины.

Структура дисциплины/модуля	Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Л.	Пр.	Лаб.				
1. Сущность некоммерческого маркетинга							
1.1 Сущность некоммерческого маркетинга	2	2		17	21	ПКС-6.1-31, ПКС-6.1-У1, ПКС-6.2-32, ПКС-6.2-У2	Устный опрос
Итого по разделу	2	2		17	21		
2. Субъекты территориального маркетинга							
2.1 Субъекты территориального маркетинга	1	2		17	20	ПКС-6.2-32, ПКС-6.2-У2, ПКС-6.3-33, ПКС-6.3-У3, ПКС-6.3-В1	Устный опрос
Итого по разделу	1	2		17	20		
3. Территориальный продукт							

3.1 Территориальный продукт	1	2		17	20	ПКС-6.3-33, ПКС-6.3-У3, ПКС-6.3-В1, ПКС-6.4-У4, ПКС-6.4-В2	Устный опрос
Итого по разделу	1	2		17	20		
4. Территориальный маркетинг региона							
4.1 Территориальный маркетинг региона	1	2		17	20	ПКС-6.4-У4, ПКС-6.4-В2, ПКС-6.5-34, ПКС-6.5-У5	Устный опрос
Итого по разделу	1	2		17	20		
5. Конкурентоспособность и инвестиционная привлекательность региона							
5.1 Конкурентоспособность и инвестиционная привлекательность региона	1	2		20	23	ПКС-8.1-35, ПКС-8.1-У6, ПКС-8.1-В3, ПКС-8.2-36, ПКС-8.2-У7, ПКС-8.2-В4	Устный опрос
Итого по разделу	1	2		20	23		
Зачет, Контрольная работа				4	4		Вопросы к зачёту
Итого по дисциплине	6	10		92	108		

## 5.2. Содержание дисциплины.

### 1. Сущность некоммерческого маркетинга

#### 1.1 Сущность некоммерческого маркетинга

Предпосылки использования теории маркетинга в территориальном управлении.

Понятие некоммерческого маркетинга. Отличительные характеристики услуги

### 2. Субъекты территориального маркетинга

#### 2.1 Субъекты территориального маркетинга

Сущность территориального маркетинга. Общее и отличия «территориального маркетинга» и «маркетинга территорий». Основные субъекты территориального маркетинга. Понятие маркетинговой среды. Внутренняя среда территории. Внешняя среда территории.

### 3. Территориальный продукт

#### 3.1 Территориальный продукт

Понятие территориального продукта. Цена территориального продукта.

Месторасположение территориального продукта. Продвижение территориального продукта.

### 4. Территориальный маркетинг региона

#### 4.1 Территориальный маркетинг региона

Исходные условия анализа. Основные ресурсы территории. Цена территориального продукта. Продвижение территориального продукта. Сегментация региона. Общие подходы к микросегментации в территориальном маркетинге. Привлекательность рыночных сегментов. Позиционирование в территориальном маркетинге.

### 5. Конкурентоспособность и инвестиционная привлекательность региона

#### 5.1 Конкурентоспособность и инвестиционная привлекательность региона

Конкурентоспособность региона. Внутренние и внешние конкурентные преимущества территории. Инвестиционная привлекательность региона.

## 5.2.2. Содержание дисциплины/модуля по видам учебных занятий.

### Лекционные занятия

Номер раздела дисциплины	Объем, час.	Тема лекционного занятия
1. Сущность некоммерческого маркетинга	2	Сущность некоммерческого маркетинга
2. Субъекты территориального маркетинга	1	Субъекты территориального маркетинга
3. Территориальный продукт	1	Территориальный продукт
4. Территориальный маркетинг региона	1	Территориальный маркетинг региона
5. Конкурентоспособность и инвестиционная привлекательность региона	1	Конкурентоспособность и инвестиционная привлекательность региона
Итого	6	

### Практические занятия

Номер раздела дисциплины	Объем, час.	Тема практического занятия
1. Сущность некоммерческого маркетинга	2	Сущность некоммерческого маркетинга
2. Субъекты территориального маркетинга	2	Субъекты территориального маркетинга
3. Территориальный продукт	2	Территориальный продукт
4. Территориальный маркетинг региона	2	Территориальный маркетинг региона
5. Конкурентоспособность и инвестиционная привлекательность региона	2	Конкурентоспособность и инвестиционная привлекательность региона
Итого	10	

### Самостоятельная работа студента

Номер раздела дисциплины	Объем, час.	Тема	Вид СРС
1. Сущность некоммерческого маркетинга	17	Сущность некоммерческого маркетинга	Подготовка к устному опросу
2. Субъекты территориального маркетинга	17	Субъекты территориального маркетинга	Подготовка к устному опросу
3. Территориальный продукт	17	Территориальный продукт	Подготовка к устному опросу
4. Территориальный маркетинг региона	17	Территориальный маркетинг региона	Подготовка к устному опросу
5. Конкурентоспособность и инвестиционная привлекательность региона	20	Конкурентоспособность и инвестиционная привлекательность региона	Подготовка к устному опросу
Итого	88		

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);
- работа в малых группах (практические занятия);
- разбор практических ситуаций (практические занятия).

## **6. Тематика курсовых работ**

не предусмотрено

## **7. Контрольные работы**

1. Товар в маркетинговой деятельности; понятие, основные виды классификации товара, свойства
2. Концепция жизненного цикла товаров и связь его стадий с комплексом маркетинг – мероприятий
3. Формирование товарной политики и рыночной стратегии фирмы
4. Новые товары в рыночной стратегии (сущность и критерии определения новых товаров, разработка концепции нового товара, освоение рынка новыми товарами, новые товары и фактор времени)
5. Методы ценовой политики
6. Методы ценообразования в маркетинге
7. Ассортимент товара
8. Определение уровня качества товара
9. Аналитическая функция маркетинга
10. Конкуренция и ее виды
11. Стратегии конкурентной борьбы
12. Сегментирование рынка
13. Позиционирование товара на рынке
14. Оценка и обеспечение качества и конкурентоспособности товаров
15. Сбытовая функция маркетинга
16. Реализация товара (каналы распределения и товародвижения, оптовая и розничная торговля)
17. Предмет и метод комплексного анализа и прогнозирования товарных рынков
18. Рекламная деятельность на предприятии
19. Система ФОССТИС и отличия мероприятий ФОС и СТИС от обычной сбытовой деятельности
20. Связь методов ФОСТИС с фазами жизненного цикла товара
21. Планирование и контроль в маркетинге
22. Управление маркетингом на предприятии
23. Изучение рыночных возможностей фирмы
24. Организация маркетинг-службы на предприятии

## **8. Оценка результатов освоения дисциплины**

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся представлена ниже.

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	Устный опрос по теме «Сущность некоммерческого маркетинга»	25
2	Устный опрос по теме «Субъекты территориального маркетинга»	25
3	Устный опрос по теме «Территориальный продукт»	20
4	Устный опрос по теме «Территориальный маркетинг региона»	20
5	Устный опрос по теме «Конкурентоспособность и инвестиционная привлекательность региона»	10
Итого:		100
ВСЕГО:		100

## 9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- Электронный каталог/Электронная библиотека ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru/>
- Цифровой образовательный ресурс – библиотечная система IPR SMART — <https://www.iprbookshop.ru/>
- Электронно-библиотечная система «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)
- Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com>
- Образовательная платформа ЮРАЙТ [www.urait.ru](http://www.urait.ru)
- Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU <http://www.elibrary.ru>
- Национальная электронная библиотека (НЭБ).

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства

- Microsoft Office Professional Plus
- Microsoft Windows

## 10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

№ п/п	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы	Перечень основного оборудования, учебно-наглядных пособий
1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель: столы, стулья. Моноблок - 1 шт., проектор - 1 шт., акустическая система (колонки) - 2 шт., проекционный экран - 1 шт., микрофон - 1 шт., документ-камера - 1 шт. 625039, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д. 70
2	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (практические занятия); групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель: столы, стулья. Моноблок - 1 шт., проектор - 1 шт., акустическая система (колонки) - 2 шт., проекционный экран - 1 шт., микрофон - 1 шт., документ-камера - 1 шт. 625039, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д. 70

## **11. Методические указания по организации СРС**

Изложены в МР

Самостоятельная работа: методические рекомендации по организации самостоятельной работы для обучающихся всех направлений подготовки (уровень бакалавриата) и форм обучения / сост. С.С. Ситёва, отв. редактор М.Л. Белоножко; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2020. – 16 с.

**Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания**

Дисциплина Маркетинг территорий

Код, направление подготовки 43.03.03 Гостиничное дело

Направленность (профиль) Индустрия гостеприимства и туризма

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
ПКС-6	Знать: ПКС-6.1-31 современные маркетинговые технологии в профессиональной деятельности	Не знает современные маркетинговые технологии в профессиональной деятельности	Плохо знает современные маркетинговые технологии в профессиональной деятельности, допуская ряд ошибок	Знает современные маркетинговые технологии в профессиональной деятельности, допуская незначительные ошибки	В совершенстве знает современные маркетинговые технологии в профессиональной деятельности
ПКС-6	Уметь: ПКС-6.1-У1 применять маркетинговые технологии при разработке коммуникационного продукта	Не умеет применять маркетинговые технологии при разработке коммуникационного продукта	Плохо умеет применять маркетинговые технологии при разработке коммуникационного продукта, допуская ряд ошибок	Умеет применять маркетинговые технологии при разработке коммуникационного продукта, допуская незначительные ошибки	В совершенстве умеет применять маркетинговые технологии при разработке коммуникационного продукта
ПКС-6	Знать: ПКС-6.2-32 организационные структуры организации	Не знает организационные структуры организации	Плохо знает организационные структуры организации, допуская ряд ошибок	Знает организационные структуры организации, допуская незначительные ошибки	В совершенстве знает организационные структуры организации
ПКС-6	Уметь: ПКС-6.2-У2 выявлять зоны ответственности, определять функции персонала организации	Не умеет выявлять зоны ответственности, определять функции персонала организации.	Плохо умеет выявлять зоны ответственности, определять функции персонала организации, допуская ряд ошибок	Умеет выявлять зоны ответственности, определять функции персонала организации, допуская незначительные ошибки	В совершенстве умеет выявлять зоны ответственности, определять функции персонала организации.

ПКС-6	Знать: ПКС-6.3-33 современные информационно-коммуникационные технологии используемые в маркетинговой деятельности	Не знает современные информационно-коммуникационные технологии используемые в маркетинговой деятельности	Плохо знает современные информационно-коммуникационные технологии используемые в маркетинговой деятельности, допуская ряд ошибок	Знает современные информационно-коммуникационные технологии используемые в маркетинговой деятельности, допуская незначительные ошибки	В совершенстве знает современные информационно-коммуникационные технологии используемые в маркетинговой деятельности
ПКС-6	Уметь: ПКС-6.3-У3 применять современные информационно-коммуникационные технологии при разработке и реализации коммуникационного продукта	Не умеет применять современные информационно-коммуникационные технологии при разработке и реализации коммуникационного продукта	Плохо умеет применять современные информационно-коммуникационные технологии при разработке и реализации коммуникационного продукта, допуская ряд ошибок	Умеет применять современные информационно-коммуникационные технологии при разработке и реализации коммуникационного продукта, допуская незначительные ошибки	В совершенстве умеет применять современные информационно-коммуникационные технологии при разработке и реализации коммуникационного продукта
ПКС-6	Владеть: ПКС-6.3-В1 специализированными программными продуктами в профессиональной деятельности	Не владеет поиском статистической и аналитической информации	Плохо владеет поиском статистической и аналитической информации, допуская ряд ошибок	Владеет поиском статистической и аналитической информации, допуская незначительные ошибки	В совершенстве владеет поиском статистической и аналитической информации
ПКС-6	Уметь: ПКС-6.4-У4 проводить мониторинг необходимой информации из всех источников в целях профессиональной деятельности	Не умеет проводить мониторинг необходимой информации из всех источников в целях профессиональной деятельности	Плохо умеет проводить мониторинг необходимой информации из всех источников в целях профессиональной деятельности, допуская ряд ошибок	Умеет проводить мониторинг необходимой информации из всех источников в целях профессиональной деятельности, допуская незначительные ошибки	В совершенстве умеет проводить мониторинг необходимой информации из всех источников в целях профессиональной деятельности
ПКС-6	Владеть: ПКС-6.4-В2 навыками организации мониторинга маркетинговой информации	Не владеет навыками организации мониторинга маркетинговой информации	Плохо владеет навыками организации мониторинга маркетинговой информации	Владеет навыками организации мониторинга маркетинговой информации	В совершенстве владеет навыками организации мониторинга маркетинговой информации

ПКС-6	Знать: ПКС-6.5-34 аналитику данных	Не знает аналитику данных	Плохо знает аналитику данных, допуская ряд ошибок	Знает аналитику данных, допуская незначительные ошибки	В совершенстве знает аналитику данных
ПКС-6	Уметь: ПКС-6.5-У5 обобщать статистическую и аналитическую информацию, характеризующую ситуацию на рынке продукции СМИ при реализации коммуникационного продукта	Не умеет обобщать статистическую и аналитическую информацию, характеризующую ситуацию на рынке продукции СМИ при реализации коммуникационного продукта	Плохо умеет обобщать статистическую и аналитическую информацию, характеризующую ситуацию на рынке продукции СМИ при реализации коммуникационного продукта	Умеет обобщать статистическую и аналитическую информацию, характеризующую ситуацию на рынке продукции СМИ при реализации коммуникационного продукта	В совершенстве умеет обобщать статистическую и аналитическую информацию, характеризующую ситуацию на рынке продукции СМИ при реализации коммуникационного продукта
ПКС-8	Знать: ПКС-8.1-35 современные технологии поиска, обработки, хранения и использования профессионально значимой информации	Не знает современные технологии поиска, обработки, хранения и использования профессионально значимой информации	Знает современные технологии поиска, обработки, хранения и использования профессионально значимой информации, допуская ряд ошибок	Знает современные технологии поиска, обработки, хранения и использования профессионально значимой информации, допуская незначительные ошибки	В совершенстве знает современные технологии поиска, обработки, хранения и использования профессионально значимой информации
ПКС-8	Уметь: ПКС-8.1-У6 анализировать информацию профессионального содержания для определения характера информации, состава ее источников и условий ее получения	Не умеет анализировать информацию профессионального содержания для определения характера информации, состава ее источников и условий ее получения	Частично умеет анализировать информацию профессионального содержания для определения характера информации, состава ее источников и условий ее получения	Умеет анализировать информацию профессионального содержания для определения характера информации, состава ее источников и условий ее получения, допуская незначительные ошибки	В совершенстве умеет анализировать информацию профессионального содержания для определения характера информации, состава ее источников и условий ее получения

ПКС-8	Владеть: ПКС-8.1-В3 навыками поиска и сбора информации	Не владеет навыками поиска и сбора информации	Частично владеет навыками поиска и сбора информации	Владеет навыками поиска и сбора информации, допуская незначительные ошибки	В совершенстве владеет навыками поиска и сбора информации
ПКС-8	Знать: ПКС-8.2-З6 принципы экономики и социологии	Не знает Принципы экономики и социологии	Знает основные Принципы экономики и социологии, допуская ряд ошибок	Знает Принципы экономики и социологии, допуская незначительные ошибки	В совершенстве знает Принципы экономики и социологии
ПКС-8	Уметь: ПКС-8.2-У7 определять цели исследований, необходимых для планирования и проектирования обустройства территорий	Не умеет определять цели исследований, необходимых для планирования и проектирования обустройства территорий	Частично умеет определять цели исследований, необходимых для планирования и проектирования обустройства территорий	Умеет определять цели исследований, необходимых для планирования и проектирования обустройства территорий, допуская незначительные ошибки	В совершенстве умеет определять цели исследований, необходимых для планирования и проектирования обустройства территорий
ПКС-8	Владеть: ПКС-8.2-В4 навыками определения целей исследований и изысканий	Не владеет навыками определения целей исследований и изысканий	Частично владеет навыками определения целей исследований и изысканий	Владеет навыками определения целей исследований и изысканий, допуская незначительные ошибки	В совершенстве владеет навыками определения целей исследований и изысканий

**КАРТА**  
**обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической**  
**литературой**

Дисциплина Маркетинг территорий

Код, направление подготовки 43.03.03 Гостиничное дело

Направленность (профиль) Индустрия гостеприимства и туризма

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	Угрюмова А. А., Савельева М. В., Абрамов Р. А., Барсукова А. В., Борсекова К., Савельева М. В. Маркетинг территорий [Электронный ресурс]: Учебник и практикум для вузов. - М: Издательство Юрайт, 2023. - 446 – Режим доступа: <a href="https://urait.ru/bcode/515029">https://urait.ru/bcode/515029</a>	ЭР*	30	100	+
2	Логунцова И. В., Малькова И. В. Маркетинг территорий [Электронный ресурс]: Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2022. - 163 – Режим доступа: <a href="https://urait.ru/bcode/511012">https://urait.ru/bcode/511012</a>	ЭР*	30	100	+
3	Жильцова О. Н. Маркетинг территорий [Электронный ресурс]: учебник и практикум для вузов. - М: Издательство Юрайт, 2022. - 262 – Режим доступа: <a href="https://urait.ru/bcode/489122">https://urait.ru/bcode/489122</a>	ЭР*	30	100	+

\*ЭР – электронный ресурс для автор. пользователей доступен через Электронный каталог/Электронную библиотеку ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru/>

# Лист согласования 00ДО-0000723082

Внутренний документ "Маркетинг территорий\_2024\_43.03.03\_ИГТб"

Документ подготовил: Бибик Лариса Николаевна

Документ подписал: Белоножка Марина Львовна

Серийный номер ЭП	Должность	ФИО	ИО	Результат
	Заведующий кафедрой, имеющий ученую степень доктора наук	Белоножка Марина Львовна		Согласовано
	Директор	Каюкова Дарья Хрисановна		Согласовано
	Специалист 1 категории		Радичко Диана Викторовна	Согласовано