


МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»


ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

УТВЕРЖДЕНО:  
на заседании кафедры социологии  
и работы с молодежью  
протокол № 10 от «2» июня 2022 г.

Зав. кафедрой  
фуллин

 / А.Ю. Гай-  
фуллин

Согласовано:  
Председатель УМК факультета /института

 / Хайруллин Р.Н.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Геомаркетинг в социальном управлении городом**

Дисциплины по выбору (Б1.В.ДВ.03.01)  
**программа магистратуры**

Направление подготовки (специальность)  
**39.04.01 – Социология**

Направленность (профиль) подготовки  
**Социокреативная урбанистика**

Квалификация  
**магистр**

Разработчики (составители)  
доцент, канд. социол. наук, доцент



/ Лавренюк-Исаева Н.М.

Для приема 2022 года

Уфа 2022 г.

Составитель: Лавренюк-Исаева Наталья Михайловна, кандидат социологических наук,  
доцент, доцент

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры социологии и работы с  
молодежью, протокол от «6» июня 2022 г. №10.

Зав. кафедрой



/ А.Ю. Гайфуллин

### Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	5
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)	5
4. Фонд оценочных средств по дисциплине	6
4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	5
4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	8
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	21
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	21
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины	21
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	22
Приложение 1. Содержание рабочей программы	24

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

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

По итогам освоения дисциплины обучающийся должен достичь следующих результатов обучения: ПК-1, ПК-3

Категория (группа) компетенций <sup>1</sup> (при наличии ОПК)	Формируемая компетенция (с указанием кода)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	ПК-1 Способен к анализу, определению целей и задач, формулированию содержания социальных проектов, программ и планов городского развития и эффективной реализации управленческих решений в области социально-креативной урбанистики	ПК-1.1. Формирует содержания социальных программ, планов, проектов городского развития для эффективной реализации управленческих решений в области социокреативной урбанистики	Знает особенности городской среды, основные объекты городской среды, способы и информационного обеспечения градостроительной деятельности Умеет организовать участие граждан в принятии решений по развитию территории города, при формировании социальных программ, планов, проектов городского развития города Владеет методами диагностики комфортности среды проживания в городе
	Социологическое обеспечение разработки социальных программ, планов и проектов для принятия и научного обеспечения управленческой деятельности субъектов социокреативной урбанистики	ПК-2 Способен использовать углубленные специализированные теоретические знания, практические навыки и умения для разработки социальных программ, планов и проектов для принятия и научного обеспечения управленческой деятельности субъектов социокреативной урбанистики	ПК-2.1. Выявляет актуальные проблемы в области социокреативной урбанистики, обосновывает возможности использования социологических исследований для их решения; ПК-2.2. Ставит цели и задачи социологических исследований в области социокреативной урбанистики; ПК-2.3. Разрабатывает социальные программы, планы, проекты используя,

			социологические данные и другие виды информации для и научного обеспечения управленческой деятельности субъектов социокреативной урбанистики.
--	--	--	---

## **2. Цель и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Геомаркетинг в социальном управлении городом» относится к дисциплинам по выбору.

Дисциплина изучается на 2 курсе в 4 семестре (ОДО), на 3 курсе в 5 семестре (ОЗО).

Целью учебной дисциплины является формирование у студентов знаний и практических навыков, позволяющих заниматься изучением и практической деятельностью в отношении геомаркетинга в социальном управлении городом.

## **3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)**

Содержание рабочей программы представлено в Приложении № 1.

#### 4. Фонд оценочных средств по дисциплине

##### 4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код и формулировка компетенции – Формирует содержания социальных программ, планов, проектов городского развития для эффективной реализации управленческих решений в области социокреативной урбанистики (ПК-1)

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачет	Зачет
ПК-1.1. Формирует содержания социальных программ, планов, проектов городского развития для эффективной реализации управленческих решений в области социокреативной урбанистики	Знает особенности городской среды, основные объекты городской среды, способы и информационного обеспечения градостроительной деятельности	Не знает особенности городской среды, основные объекты городской среды, способы и информационного обеспечения градостроительной деятельности, допускает грубые ошибки в ответе	Знает достаточно в базовом объеме особенности городской среды, основные объекты городской среды, способы и информационного обеспечения градостроительной деятельности
	Умеет организовать участие граждан в принятии решений по развитию территории города, при формировании социальных программ, планов, проектов городского развития города	Не умеет организовать участие граждан в принятии решений по развитию территории города, при формировании социальных программ, планов, проектов городского развития города, допуская грубые ошибки	Умеет организовать участие граждан в принятии решений по развитию территории города, при формировании социальных программ, планов, проектов городского развития города без грубых ошибок
	Владеет методами диагностики комфортности среды проживания в городе	Не владеет методами диагностики комфортности среды проживания в городе, допуская грубые ошибки.	Владеет методами диагностики комфортности среды проживания в городе, демонстрирует владение без грубых ошибок

Код и формулировка компетенции – Способен использовать углубленные специализированные теоретические знания, практические навыки и умения для разработки социальных программ, планов и проектов для принятия и научного обеспечения управленческой деятельности субъектов социокреативной урбанистики (ПК-2)

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачет	Зачет
ПК-2 Способен использовать углубленные специализированные теоретические знания, практические навыки и умения для разработки социальных программ, планов и проектов для принятия и научного обеспечения управленческой деятельности субъектов социокреативной урбанистики	ПК-2.1. Выявляет актуальные проблемы в области социокреативной урбанистики, обосновывает возможности использования социологических исследований для их решения;	Не знает и не выявляет актуальные проблемы в области социокреативной урбанистики, обосновывает возможности использования социологических исследований для их решения	Знает достаточно в базовом объеме и выявляет актуальные проблемы в области социокреативной урбанистики, обосновывает возможности использования социологических исследований для их решения
	ПК-2.2. Ставит цели и задачи социологических исследований в области социокреативной урбанистики;	Не умеет ставить цели и задачи социологических исследований в области социокреативной урбанистики	Умеет ставить цели и задачи социологических исследований в области социокреативной урбанистики
	ПК-2.3. Разрабатывает социальные программы, планы, проекты используя, социологические данные и другие виды информации для и научного обеспечения управленческой деятельности субъектов социокреативной урбанистики	Не владеет приемами и методами разработки социальных программ, планов, проектов используя, социологические данные и другие виды информации для научного обеспечения управленческой деятельности субъектов социокреативной урбанистики, допуская грубые ошибки.	Владеет приемами и методами разработки социальных программ, планов, проектов используя, социологические данные и другие виды информации для научного обеспечения управленческой деятельности субъектов социокреативной урбанистики без грубых ошибок

#### Показатели сформированности компетенции:

Выше представлена таблица для формы промежуточного контроля – зачета. Критериями оценивания на очной форме обучения является оценка (зачтено/ не зачтено), которая выставляется преподавателем за ответы студентов на зачете

Студенту задаются 2 вопроса.

Шкала оценивания на зачете:

- «зачтено» - выставляется студенту, если его ответ достаточно полный, освещены все аспекты вопросов, по которым студент отвечает, студент владеет свободно материалом.

- «не зачтено» - выставляется студенту, если его ответ не раскрывает вопросы, по которым он отвечает, студент не ориентируется в понятиях.

Не зачтено выставляется также, если студент не готов к ответу на вопросы, отказывается отвечать.

#### 4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине.

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
ПК-1.1. Формирует содержания социальных программ, планов, проектов городского развития для эффективной реализации управленческих решений в области социокреативной урбанистики	Знает особенности городской среды, основные объекты городской среды, способы и информационного обеспечения градостроительной деятельности	Индивидуальный опрос, практические задания, мультимедийная презентация
ПК-1.1. Формирует содержания социальных программ, планов, проектов городского развития для эффективной реализации управленческих решений в области социокреативной урбанистики	Умеет организовать участие граждан в принятии решений по развитию территории города, при формировании социальных программ, планов, проектов городского развития города	Индивидуальный опрос, практические задания, мультимедийная презентация
ПК-1.1. Формирует содержания социальных программ, планов, проектов городского развития для эффективной реализации управленческих решений в области социокреативной урбанистики	Владеет методами диагностики комфортности среды проживания в городе	Индивидуальный опрос, практические задания, мультимедийная презентация
ПК-2.1. Выявляет актуальные проблемы в области социокреативной урбанистики, обосновывает возможности использования социологических исследований для их решения;	Выявляет актуальные проблемы в области социокреативной урбанистики, обосновывает возможности использования социологических исследований для их решения	Индивидуальный опрос, практические задания, мультимедийная презентация



ПК-2.2. Ставит цели и задачи социологических исследований в области социокреативной урбанистики;	Ставит цели и задачи социологических исследований в области социокреативной урбанистики	Индивидуальный опрос, практические задания, мультимедийная презентация
ПК-2.3. Разрабатывает социальные программы, планы, проекты используя, социологические данные и другие виды информации для и научного обеспечения управленческой деятельности субъектов социокреативной урбанистики	Разрабатывает социальные программы, планы, проекты используя, социологические данные и другие виды информации для и научного обеспечения управленческой деятельности субъектов социокреативной урбанистики	Индивидуальный опрос, практические задания, мультимедийная презентация

### **Методические указания для подготовки к семинарским и практическим занятиям**

Подготовка к каждому практическому занятию должна начинаться с ознакомления с планом семинарского занятия, который отражает содержание предложенной темы.

Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме.

На основе индивидуальных предпочтений студенту можно самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме семинара и по возможности подготовить по нему презентацию.

Если предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно).

При подготовке к семинарским занятиям, необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы.

### **Вопросы для индивидуального опроса на семинарских, практических занятиях**

Предпосылки маркетинговой ориентации территории: динамика развития и реакция на кризис. Стратегическое планирование развития территории и место маркетинга в системе планирования.

Определения территориального маркетинга российскими и зарубежными исследователями.

Цели и задачи территориального маркетинга.

Основные функции территориального маркетинга.

Принципы территориального маркетинга.

Субъекты маркетинга территорий.

Виды маркетинга территорий.

Комплекс маркетинга территории.

Объект территориального маркетинга.

Понятие и признаки территории.

Характеристика территории.

Факторы, определяющие особенности территории.

Понятие территориального образования.

Маркетинговая среда территории.

Дифференцирование территории: сущность, уровни дифференцирования (по отношению к другим территориям, и по отношению к разным группам потребителей)

### **Критерии оценивания индивидуальных ответов на семинарских, практических занятиях**

Индивидуальные ответы на семинарских и практических занятиях оцениваются по 4-балльной шкале:

- **5 баллов – «отлично»** - выставляется студенту, если его ответ полный, развернутый, освещены все аспекты вопроса, по которому студент отвечает, при ответе использована учебная и научная литература, в том числе рекомендованная в данной РПД;

- **4 балла – «хорошо»** - выставляется студенту, если его ответ относительно полный, развернутый, освещены все главные вопросы, по которому студент отвечает, при ответе использована учебная и научная литература, в том числе рекомендованная в данном РПД;

- **3 балла – «удовлетворительно»** - выставляется студенту, если его ответ не полный, освещены не все аспекты вопроса, по которому студент отвечает, при ответе использована учебная и научная литература, в том числе рекомендованная в данном РПД;

- **2 балла - «не удовлетворительно»** - выставляется студенту, если его ответ не раскрывает вопрос, по которому он отвечает, студент не ориентируется в понятиях, не использована рекомендованная литература. Два балла выставляется также, если студент не готов к ответу на вопрос, отказывается отвечать.

### **Практические задания к семинарским, практическим занятиям**

#### **Практические задания**

- 1) Апробация основных инструментов маркетинга территорий: индикаторы, индексы, рейтинги
- 2) Типы достопримечательностей. Туризм как инструмент маркетинга территории. Разработка маршрута научного и интеллектуального туризма. Типы туристических маршрутов. Факторы повторной покупки в туризме. Факторы, определяющие потребление достопримечательностей.
- 3) Анализ маркетинга инфраструктуры: оценка потребностей, управление инфраструктурой, экологические аспекты развития инфраструктуры территории. Маркетинг людей, персонала и персоналий. Маркетинговые активы территории и основные стратегии территориального маркетинга. Оценка факторов привлекательности территории. Подходы к анализу для разработки стратегии: SWOT - анализ, STEEP - анализ, группировка факторов привлекательности по матрице "сила - важность". Анализ в разрезе различных целевых групп потребителей. Этапы разработки стратегии маркетинга муниципального образования. План маркетинга. Бюджет проекта.
- 4) Выберите территорию и реализуйте анализ бренда территории как суммы корпоративного брендинга и имиджа территории. Составляющие территориального бренда. National Brand Index. Модель бренда города. Маркетинг имиджа. Факторы, определяющие имидж страны. Процесс стратегического управления имиджем. Методы исследования имиджа территории. Виды имиджа территории. Принципы формирования имиджа территории. Элементы и носители имиджа территории. Методы формирования имиджа города. Позиционирование региона.
- 5) Определите и продиагностируйте факторы, определяющие конкурентоспособность территории. Внутренние и внешние конкурентные преимущества территории. Анализ привлекательности рыночных сегментов и конкурентных преимуществ территории. Методы оценки конкурентоспособности территории. "Твердые" и "мягкие" конкурентные преимущества территории.

#### **Критерии и шкала оценивания выполнения практических заданий к семинарским, практическим занятиям**

Практические задания, выполненные в аудитории и/или дома, оцениваются по 4 балльной шкале: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «не удовлетворительно»:

- **5 баллов – «отлично»** - выставляется студенту, если практическое задание соответствует всем требованиям, предъявляемым к разработкам;

- **4 балла – «хорошо»** - выставляется студенту, если в выполненном задании допущены небольшие, отдельные ошибки.

- **3 балла – «удовлетворительно»** - выставляется студенту, если в выполненном задании допущены существенные ошибки.

- **2 балла - «не удовлетворительно»** - выставляется студенту, если выполненное задание не отвечает требованиям к разработкам, допущено много существенных ошибок.

### Индивидуальный проект в форме мультимедийной презентации

#### Разработайте стратегию продвижения или ребрендинга депрессивного города

Студент выступает с докладом публично в аудитории с подготовленной презентацией в пакете Power Point, демонстрируя умение работать с мультимедиа. В среднем количество слайдов в презентации составляет 15-25 страниц.

В презентации выделяют два блока: оформление слайдов и представление информации на них (табл.). Для создания качественной презентации необходимо соблюдать ряд требований, предъявляемых к оформлению данных блоков.

#### Оформление слайдов мультимедийной презентации

<i>Характеристика</i>	<i>Требования</i>
Стиль	- соблюдайте единый стиль оформления;
	- избегайте стилей, которые будут отвлекать от самой презентации; - вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текстом, иллюстрациями)
Фон	для фона предпочтительны холодные тона
Использование цвета	- на одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовка, один для текста; - для фона и текста используйте контрастные цвета; - обратите внимание на цвет гиперссылок (до и после использования)
Анимационные эффекты	- используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде; - не стоит злоупотреблять различными анимационными эффектами, они не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде
Содержание информации	- используйте короткие слова и предложения; - минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных; - заголовки должны привлекать внимание аудитории
Расположение информации на странице	- предпочтительно горизонтальное расположение информации; - наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана; - если на слайде располагается картинка, надпись должна располагаться под ней

Шрифты	<ul style="list-style-type: none"> <li>- для заголовков – не менее 24;</li> <li>- для информации – не менее 18;</li> <li>- шрифты без засечек легче читать с большого расстояния. (<i>sans-serif, Arial, Verdana, Tahoma</i>);</li> <li>- нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации;</li> <li>- для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание;</li> <li>- нельзя злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже строчных)</li> </ul>
Способы выделения информации	<p>Следует использовать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- рамки, границы, заливку;</li> <li>- штриховку, стрелки;</li> <li>- рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов</li> </ul>
Объем информации	<ul style="list-style-type: none"> <li>- не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут одновременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений;</li> <li>- наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде</li> </ul>
Виды слайдов	<p>для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- с текстом;</li> <li>- с таблицами;</li> <li>- с диаграммами</li> </ul>

### Критерии оценки творческого задания в форме мультимедийной презентации

Индивидуальные творческие задания в форме мультимедийной презентации оцениваются по 4 бальной шкале: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «не удовлетворительно»:

**- 5 баллов – «отлично»** - выставляется студенту, если задание соответствует всем требованиям, предъявляемым к разработкам, если автор четко, обоснованно и конкретно выражает свое мнение по поводу основных аспектов работы, умеет работать с информационными источниками, задание содержит графики, таблицы, схемы, диаграммы, иллюстрации, работа сдана в срок, студент свободно ориентируется в терминологии, используемой в работе, студент может грамотно доложить о результатах исследования и ответить на вопросы;

**- 4 балла – «хорошо»** - выставляется студенту, если в выполненном задании допущены небольшие, отдельные ошибки, автор не достаточно четко, обоснованно и конкретно может выражать свое мнение по поводу основных аспектов работы, в недостаточной степени умеет работать с информационными источниками и мультимедиа, не может ответить на все дополнительные вопросы;

**- 3 балла – «удовлетворительно»** - выставляется студенту, если в выполненном задании допущены существенные ошибки, автор не может четко, обоснованно и конкретно выражать свое мнение по поводу основных аспектов работы, не умеет работать с информационными источниками и мультимедиа, студент плохо ориентируется в терминологии, используемой в работе, не может грамотно доложить о результатах исследования и ответить на вопросы;

**- 2 балла - «не удовлетворительно»** - если а) работа не была сдана и защищена в срок; б) выставляется студенту, если выполненное задание не отвечает требованиям к разработкам, допущено много существенных ошибок.

### Примерные вопросы для зачета

Апробация основных инструментов маркетинга территорий: индикаторы, индексы, рейтинги

Типы достопримечательностей. Туризм как инструмент маркетинга территории.

Разработка маршрута научного и интеллектуального туризма.

Типы туристических маршрутов. Факторы повторной покупки в туризме. Факторы, определяющие потребление достопримечательностей.

Анализ маркетинга инфраструктуры: оценка потребностей, управление инфраструктурой, экологические аспекты развития инфраструктуры территории. Маркетинг людей, персонала и персоналий.

Маркетинговые активы территории и основные стратегии территориального маркетинга. Оценка факторов привлекательности территории.

Подходы к анализу для разработки стратегии: SWOT - анализ, STEEP - анализ, группировка факторов привлекательности по матрице "сила - важность". Анализ в разрезе различных целевых групп потребителей.

Этапы разработки стратегии маркетинга муниципального образования. План маркетинга. Бюджет проекта.

Выбор территории и реализация анализ бренда территории как суммы корпоративного брендинга и имиджа территории. Составляющие территориального бренда. National Brand Index.

Модель геобренда города.

Маркетинг имиджа. Факторы, определяющие имидж страны . Процесс стратегического управления имиджем.

Методы исследования имиджа территории. Виды имиджа территории.

Принципы формирования имиджа территории. Элементы и носители имиджа территории.

Методы формирования имиджа города.

Позиционирование города.

Определение и диагностика факторов, определяющие конкурентоспособность территории.

Внутренние и внешние конкурентные преимущества территории. Анализ привлекательности рыночных сегментов и конкурентных преимуществ территории. Методы оценки конкурентоспособности территории. "Твердые" и "мягкие" конкурентные преимущества территории.

## **Критерии и шкала оценивания ответа на зачете**

### **Критерии оценки (зачтено / не зачтено):**

Оценка «**зачтено**» ставится за самостоятельный, обстоятельный, развернутый ответ по теме; умение излагать материал последовательно и грамотно, делать необходимые обобщения и выводы; умение аргументировать свой ответ в ходе беседы с преподавателем. Оценка «зачтено» также выставляется, если ответ имеет один из недостатков: в изложении допущены небольшие пробелы, не искажившие содержание ответа; допущены один – два недочета при освещении основного содержания вопросов; при ответе недостаточно полно развернута аргументация.

Оценка «**не зачтено**» ставится, если не раскрыто основное содержание вопросов; обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии; нарушена логика в изложении материала, нет необходимых обобщений и выводов.

## 5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

#### Основная литература

1. Филиогло, Л. Д. Социология пространства и города : учебно-методическое пособие / Л. Д. Филиогло. — Тольятти : ТГУ, 2016. — 150 с. — ISBN 978-5-8259-0984-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/140086>
2. Головацкий, Е. В. Социология территорий : учебное пособие / Е. В. Головацкий, С. Г. Четошников. — Кемерово : КемГУ, 2018. — 145 с. — ISBN 978-5-8353-2311-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/121998>
3. Правоторова, А. А. Социально-культурные основы архитектурного проектирования : учебное пособие / А. А. Правоторова. — Санкт-Петербург : Лань, 2021. — 320 с. — ISBN 978-5-8114-1389-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/168458>

#### Дополнительная литература

1. Цветкова, И. В. Методология и методика социологического исследования : учебно-методическое пособие / И. В. Цветкова. — Тольятти : ТГУ, 2017. — 160 с. — ISBN 978-5-8259-1026-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/139923>
2. Дружественность городской среды: возможности интерпретации и измерения, опыт создания : монография / Е. В. Лебедева, А. Г. Филипова, М. И. Березецкая [и др.] ; под редакцией Е. В. Лебедевой, А. Г. Филиповой. — Минск : БГУ, 2020. — 207 с. — ISBN 978-985-566-874-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/180498>
3. Головацкий, Е. В. Социоинженерия : учебное пособие / Е. В. Головацкий. — Кемерово : КемГУ, 2020. — 164 с. — ISBN 978-5-8353-2683-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/162604>
4. Зорабян, С. Э. Социальные конфликты урбанизации : учебное пособие : [16+] / С. Э. Зорабян ; Южный федеральный университет. — Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2019. — Модуль 1. Урбанизированная среда. — 118 с. : ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598644>
5. Скалабан, И. А. Общественное участие: теория и практика социального конструирования / И. А. Скалабан ; Новосибирский государственный технический университет. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. — 407 с. : ил., табл. — (Монографии НГТУ). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=575285>

### 5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

1. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека online» договор с ООО «Нексмедия» №587 от 29.07.2015.
2. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека online» дого-

вор с ООО «Лань» №586 от 01.08.2016, соглашение № 16/17 от 28.08.17 г

3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека online», договор на пакет издательства горячая линия –Телеком на платформе ЭБС УБО между БашГУ и «Нексмедия» №327 №327 от 01.04.2018.

4. Электронный каталог Библиотеки БашГУ – <http://www.bashlib.ru/catalogi/>

#### **Программное обеспечение:**

1. Права на программы для ЭВМ операционная система для персонального компьютера Win SL 8 Russian OLP NL AcademicEdition Legalization GetGenuine.

Права на программы для ЭВМ обновление операционной системы для персонального компьютера Windows Professional 8 Russian Upgrade OLP NL Academic Edition.

Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные.

2. Программа для ЭВМ Office Standard 2013 Russian OLP NL AcademicEdition. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные.

3. Права на использование программного обеспечения Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный, продление подписки на 1 год. Договор №31806820398 от 17.09.2018.

4. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Бессрочная лицензия OLP NL Academic Edition (договор № 104 от 17.06.2013 г.)

5. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Бессрочная лицензия OLP NL Academic Edition (договор № 114 от 12.11.2014 г.)

#### **6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Для осуществления образовательного процесса необходимо мультимедийное оборудование, доступ к сети Интернет, к электронным библиотечным системам, к справочным системам.

<b>Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий</b>	<b>Вид занятий</b>	<b>Наименование оборудования, программного обеспечения</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Аудитория № 310 (гуманитарный корпус «И» БашГУ)	Лекции	Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска
Аудитория № 312 (гуманитарный корпус «И» БашГУ)		Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска, мультимедиа-проектор BenQ MX 660, экран настенный Classic Norma 244*183
Аудитория № 315 (гуманитарный корпус «И» БашГУ)		Учебная мебель, доска
Аудитория № 309 (гуманитарный корпус «И» БашГУ)	Практические занятия	Учебная мебель, доска
Аудитория № 310 (гуманитарный корпус «И» БашГУ)		Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска
Аудитория № 312 (гуманитарный корпус «И» БашГУ)		Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска, мультимедиа-проектор BenQ MX 660, экран настенный Classic Norma 244*183
Аудитория № 309 (гуманитарный корпус «И» БашГУ)	Групповые и индивидуальные	Учебная мебель, доска

<p>Аудитория № 310 (гуманитарный корпус «И» БашГУ)</p> <p>Аудитория № 419 (гуманитарный корпус «И» БашГУ)</p>	<p>консультации</p>	<p>Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска</p> <p>Учебная мебель, доска, 15 моноблоков</p>
<p>Аудитория № 309 (гуманитарный корпус «И» БашГУ)</p> <p>Аудитория № 310 (гуманитарный корпус «И» БашГУ)</p> <p>Аудитория № 419 (гуманитарный корпус «И» БашГУ)</p>	<p>Текущий контроль и промежуточная аттестация</p>	<p>Учебная мебель, доска</p> <p>Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска</p> <p>Учебная мебель, доска, 15 моноблоков</p>
<p>Читальный зал № 1 (главный корпус БашГУ, 1 этаж, каб. 17)</p>	<p>Самостоятельная работа обучающихся</p>	<p>Учебная мебель</p>



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

дисциплины «**Геомаркетинг в социальном управлении городом**»  
на 4 семестр обучения

очная форма обучения

Рабочую программу осуществляет:

Лекции, практические занятия: Лавренюк-Исаева Н.М., доцент, кандидат социологических наук, доцент

<b>Вид работы</b>	<b>Объем дисциплины</b>
Общая трудоемкость дисциплины (з.е. / часов)	33Е/108 часов
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	72,2
лекций	36
практических/ семинарских	36
лабораторных	
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	35,8
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	

Форма контроля: зачет 1 семестр

1	Тема, содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)					Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		Всего	Лек.	Пр/Сем	Лаб.раб.	СРС			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Геомаркетинг в социальном управлении городом как отрасль знания и учебная дисциплина	14	7	7		7	Литература к теме 1 (см.раздел «Вопросы для индивидуального опроса на семинарских, практических занятиях»)	Вопросы темы 1, подготовка к опросу, подготовка к выполнению практических заданий к теме	Индивидуальный опрос, практические задания, творческое командное задание в форме презентации
2	Стратегия геомаркетинга в социальном управлении городом	14	7	7		7	Литература к теме 2 (см.раздел «Вопросы для индивидуального опроса на семинарских, практических занятиях»)	Вопросы темы 2, подготовка к опросу, подготовка к выполнению практических заданий к теме	Индивидуальный опрос, практические задания, творческое командное задание в форме презентации
2	Модель геобренда города	14	7	7		7	Литература к теме 3 (см.раздел «Вопросы для индивидуального опроса на семинарских, практических занятиях»)	Вопросы темы 3, подготовка к опросу, подготовка к выполнению практических заданий к теме	Индивидуальный опрос, практические задания, творческое командное задание в форме презентации
4	Позиционирование и продвижение социального управления городом	14	7	7		7	Литература к теме 4 (см.раздел «Вопросы для индивидуального опроса на семинарских, практических занятиях»)	Вопросы темы 4, подготовка к опросу, подготовка к выполнению практических заданий к теме	Индивидуальный опрос, практические задания, творческое командное задание в форме презентации
5	Диагностика эффективности геомаркетинга в социальном управлении городом	14,2	8	10		7,8	Литература к теме 5 (см.раздел «Вопросы для индивидуального опроса на семинарских, практических занятиях»)	Вопросы темы 5, подготовка к опросу, подготовка к выполнению практических заданий к теме	Индивидуальный опрос, практические задания, творческое командное задание в форме презентации
<b>Всего часов</b>		<b>72,2</b>	<b>36</b>	<b>38</b>	<b>-</b>	<b>35,8</b>			

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

дисциплины «Геомаркетинг в социальном управлении городом»  
в 5 семестре

заочная форма

обучения

Рабочую программу осуществляет:

Лекции, практические занятия: Лавренюк-Исаева Н.М., доцент, кандидат  
социологических наук, доцент

<b>Вид работы</b>	<b>Объем дисциплины</b>
Общая трудоемкость дисциплины (з.е. / часов)	33Е/108 часов
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	20,2
лекций	10
практических/ семинарских лабораторных	10
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	83,8
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	4

Форма контроля: зачет 5 семестр

1	Тема, содержание 2	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)					Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка) 8	Задания по самостоятельной работе студентов 9	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.) 10
		Всего 3	Лек. 4	Пр/Сем 5	Лаб.ра б. 6	СРС 7			
1	Геомаркетинг в социальном управлении городом как отрасль знания и учебная дисциплина	4	2	2		16	Литература к теме 1 (см.раздел «Вопросы для индивидуального опроса на семинарских, практических занятиях»)	Вопросы темы 1, подготовка к опросу, подготовка к выполнению практических заданий к теме	Индивидуальный опрос, практические задания, творческое командное задание в форме презентации
2	Стратегия геомаркетинга в социальном управлении городом	4	2	2		16	Литература к теме 2 (см.раздел «Вопросы для индивидуального опроса на семинарских, практических занятиях»)	Вопросы темы 2, подготовка к опросу, подготовка к выполнению практических заданий к теме	Индивидуальный опрос, практические задания, творческое командное задание в форме презентации
2	Модель геобренда города	4	2	2		16	Литература к теме 3 (см.раздел «Вопросы для индивидуального опроса на семинарских, практических занятиях»)	Вопросы темы 3, подготовка к опросу, подготовка к выполнению практических заданий к теме	Индивидуальный опрос, практические задания, творческое командное задание в форме презентации
4	Позиционирование и продвижение социального управления городом	4	2	2		16	Литература к теме 4 (см.раздел «Вопросы для индивидуального опроса на семинарских, практических занятиях»)	Вопросы темы 4, подготовка к опросу, подготовка к выполнению практических заданий к теме	Индивидуальный опрос, практические задания, творческое командное задание в форме презентации
5	Диагностика эффективности геомаркетинга в социальном управлении городом	4,2	2	2		16,8	Литература к теме 5 (см.раздел «Вопросы для индивидуального опроса на семинарских, практических занятиях»)	Вопросы темы 5, подготовка к опросу, подготовка к выполнению практических заданий к теме	Индивидуальный опрос, практические задания, творческое командное задание в форме презентации
<b>Всего часов</b>		<b>20,2</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>-</b>	<b>83,8</b>			

