

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет»

**Ю.И. Колоскова**

**Маркетинг территорий**

*Методические указания для выполнения контрольной работы*

Электронное издание

Красноярск 2018

*Рецензент*

*О.В. Зинина, канд. экон. наук, доцент кафедры «Экономика и управление»*

**Колоскова, Ю.И.**

Маркетинг территорий: метод. указания для выполнения контрольной работы [Электронный ресурс]/ Ю.И. Колоскова; Краснояр. гос. аграр. ун-т. – Красноярск, 2018. – 8 с.

Содержит цели и задачи изучения дисциплины, требования к оформлению контрольной работы, ее структуру и содержание.

Предназначено для студентов заочной формы обучения по направлению подготовки 38.03.04 «Государственное муниципальное управление».

Печатается по решению редакционно-издательского совета  
Красноярского государственного аграрного университета

© Колоскова Ю.И., 2018  
© ФГБОУ ВО «Красноярский  
государственный аграрный университет», 2018

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Цели и задачи изучения дисциплины.....	4
Требования к оформлению контрольной работы.....	4
Структура и содержание контрольной работы.....	5
Приложение.....	7

## **Цели и задачи изучения дисциплины**

Территориальный маркетинг является составной частью современной модели государственного и муниципального управления.

Цель изучения дисциплины – дать представление о территориальном маркетинге и геобрендинге, которое позволит студентам на практике использовать полученные знания в сфере аналитической деятельности для оценки текущего состояния и реализации современных маркетинговых проектов.

Процесс изучения дисциплины предусматривает формирование определенных компетенций у студентов. Студенты должны знать:

- современный опыт использования маркетинга в развитии территории;
- методы и инструменты формирования конкурентных преимуществ.

Студенты должны уметь:

- определять обоснованность применения инструментов маркетинга территорий;
- исследовать социально-экономические процессы, происходящие на территории.

Кроме того, студенты должны владеть навыками использования инструментария территориального маркетинга.

## **Требования к оформлению контрольной работы**

Контрольную работу выполняют в печатном виде. Текст работы должен быть четким, основываться на теоретических положениях, изложенных в рекомендуемой литературе, исследование дополняют рисунками и таблицами.

Объем контрольной работы – 10–15 страниц машинописного текста. Работа должна быть сброшюрована. Работа выполняется на одной стороне листа бумаги формата А4. Шрифт Times New Roman, размер шрифта основного текста – 14 пт, таблицы, приложения – 12 пт, текст печатается через 1,5 интервала на компьютере. Поля страницы: верхнее и нижнее – по 2,0 см, левое – 3,0 см, правое – 2,0 см. Выравнивание делается по ширине поля.

## Структура и содержание контрольной работы

Из представленного ниже списка необходимо выбрать одно муниципальное образование Красноярского края (районы не должны повторяться):

1. Абанский район.
2. Ачинский район.
3. Балахтинский район.
4. Березовский район.
5. Бирилюсский район.
6. Боготольский район.
7. Богучанский район.
8. Большемуртинский район.
9. Большеулуйский район.
10. Держинский район.
11. Емельяновский район.
12. Енисейский район.
13. Ермаковский район.
14. Идринский район.
15. Иланский район.
16. Ирбейский район.
17. Казачинский район.
18. Канский район.
19. Каратузский район.
20. Кежемский район.
21. Козульский район.
22. Краснотуранский район.
23. Курагинский район.
24. Манский район.
25. Минусинский район.
26. Мотыгинский район.
27. Назаровский район.
28. Нижнеингашский район.
29. Новоселовский район.
30. Партизанский район.
31. Пировский район.
32. Рыбинский район.
33. Саянский район.

34. Северо-Енисейский район.
35. Сухобузимский район.
36. Таймырский Долгано-Ненецкий муниципальный район.
37. Тасеевский район.
38. Туруханский район.
39. Тюхтетский район.
40. Ужурский район.
41. Уярский район.
42. Шарыповский район.
43. Шушенский район.
44. Эвенкийский муниципальный район.

Провести маркетинговое исследование в выбранном муниципальном образовании, используя первичную и вторичную информацию.

Контрольная работа должна содержать следующие пункты:

1. Анализ внутренней среды муниципального образования.

В данном разделе необходимо отразить: месторасположение, природно-климатические условия, структуру муниципального образования, численность жителей, количество сельскохозяйственных организаций, численность КФХ, специализацию района.

2. Выбрать из существующих методик стратегического анализа одну, проанализировать социально-экономическое положение муниципального образования.

3. Предложить мероприятия по развитию муниципального образования.

Для выполнения работы рекомендуется пользоваться следующими официальными интернет-источниками:

1. <http://www.krskstate.ru> – Официальный портал Красноярского края.

2. <http://www.krasstat.gks.ru> – Официальный сайт федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю, Республике Хакасия и Республике Тыва.

3. <http://krasagro.ru> – Официальный интернет-портал Министерства сельского хозяйства и торговли Красноярского края.

4. <http://mcx.ru/> – Официальный сайт Министерства сельского хозяйства РФ.

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РФ  
ДЕПАРТАМЕНТ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ  
ФГБОУ ВО КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ АПК  
КАФЕДРА УПРАВЛЕНИЯ И МАРКЕТИНГА В АПК

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «МАРКЕТИНГ ТЕРРИТОРИЙ»

ВЫПОЛНИЛ: СТУДЕНТ ГРУППЫ

---

Ф.И.О.

ПРОВЕРИЛ: КАНД. ЭКОН. НАУК, ДОЦЕНТ  
КОЛОСКОВА Ю.И.

КРАСНОЯРСК 201\_

# Маркетинг территорий

*Методические указания для выполнения контрольной работы*

*Электронное издание*

Колоскова Юлия Ильинична

*Редактор*

М.М. Ионина

Подписано в свет 29. 05. 2018. Регистрационный номер 78

Редакционно-издательский центр Красноярского государственного аграрного университета

660017, Красноярск, ул. Ленина, 117

e-mail: rio@kgau.ru