



МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Минтранс России

125 лет



РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТРАНСПОРТА
РУТ (МИИТ)



Транспортный
университет

Маркетинг территории

ст.преп. Смирнова Ж.В.,

доц. Иванова Е.А.



Характеристика проекта

Срок достижения продуктового результата:

I этап: 30.11.2021

II этап: 15.05.2022

Требования к входным компетенциям для участия в проекте:

Студенты 1-го курса направления подготовки
38.03.06 Торговое дело, профиль Маркетинг.

Максимальное количество студентов – участников проекта:

30

Размер студенческой команды:

5

Дополнительные условия регистрации на проект: эссе на тему «Район собственного проживания»



Формулировка проблемы

Развитие России невозможно без эффективного развития регионов, интегрированных в национальную и международную экономику и инвестиционные процессы.

В сложившейся ситуации возрастает значение формирования уникальных конкурентных преимуществ территорий.

Маркетинг территорий направлен на продвижение региональных продуктов, товаров, социальных проектов, предприятий, характерных для региона приоритетных отраслей экономики, на привлечение в эти отрасли инвестиций, интенсификации предпринимательской активности в регионе.

Основным направлением данного проекта является маркетинг на (внутри) территориях, объектом внимания которого являются отношения по поводу конкретных социальных проектов, осуществляемый в пределах территории.



Описание результата

Результат, который мы планируем получить в финале проектной работы со студентами:

I этап Анализ района реализации социального проекта

II этап Программа продвижения социального проекта на выбранной территории

Продуктовый:

Организационно-экономический механизм

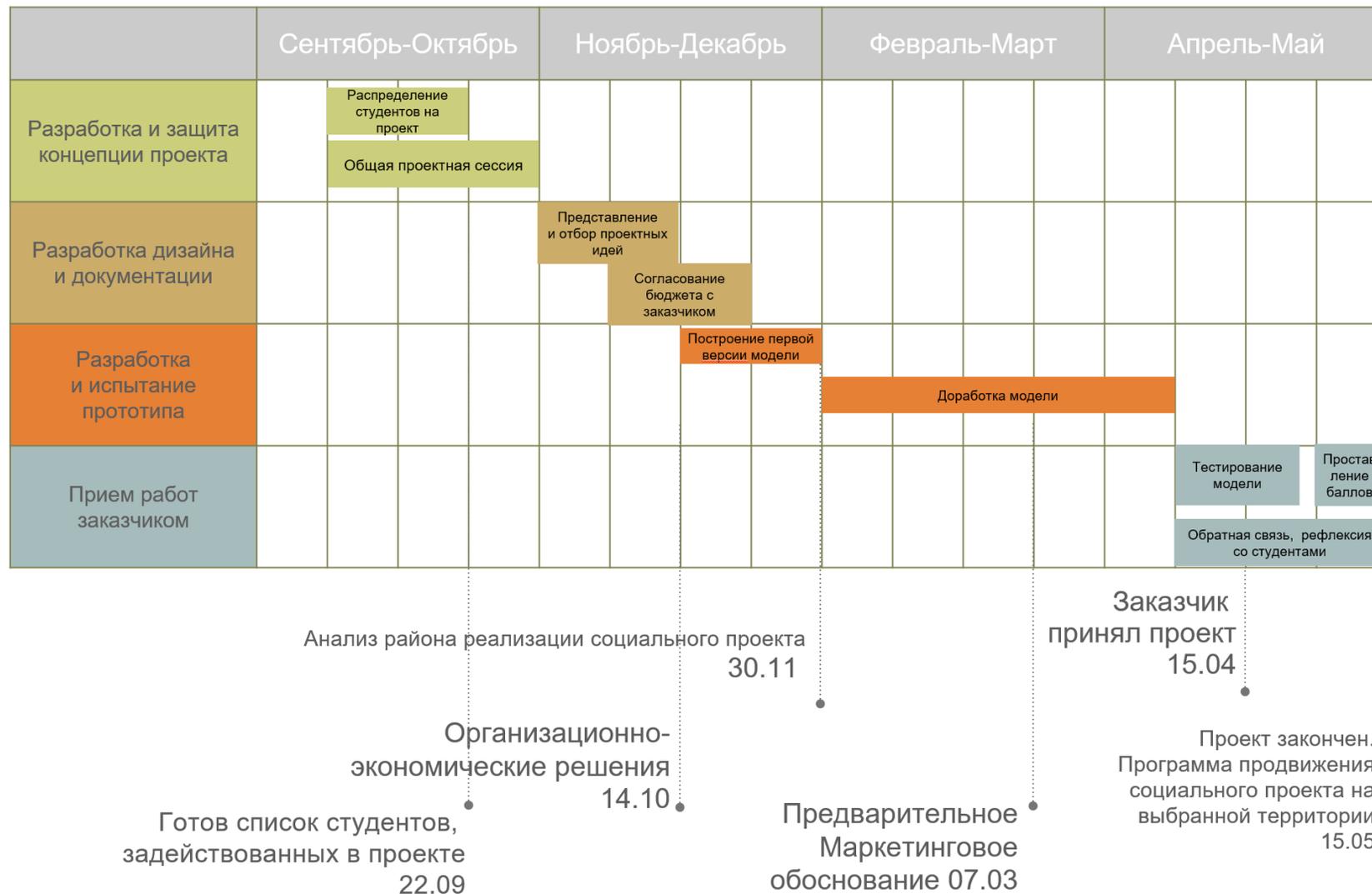
Образовательный:

Компетенция: способность создать новый конечный результат – программу продвижения социального проекта на выбранной территории.

Знание специфики инструментов и механизмов мотивирования целевых групп к пользованию продуктами территории, передовую практику мотивирования потребителей территориального продукта. Умение определять заинтересованность и выгоды отдельного потенциального потребителя территориального потенциала в процессе решения управленческих задач. Умение проводить оценку регионального потенциала и риска при принятии маркетингового решения пользователем территории.



График работы над продуктом



Задачи проекта



Этап 1. «Анализ района реализации социального проекта»

Задача 1:

1. Характеристика города: экономическое содержание, качественные параметры
2. С учетом требований ТЗ выделить ключевые характеристики исследуемого региона
3. Ресурсы, необходимые для выполнения задачи: ПК с программой MS Word
4. Срок выполнения: с 01.09 по 22.09
5. Баллы за выполнение задачи (0-15)

Задача 2:

1. Общие проблемы социальной сферы региона
2. С учетом требований ТЗ определить основные проблемы социальной сферы региона
3. Ресурсы, необходимые для выполнения задачи: ПК с программой MS Word
4. Срок выполнения: с 23.09 по 30.09
5. Баллы за выполнение задачи (0-15)

Задача 3:

1. Исследование
2. С учетом требований ТЗ провести исследование удовлетворенности населения социальной сферой региона
3. Ресурсы, необходимые для выполнения задачи: ПК с программой MS Word
4. Срок выполнения: с 01.10 по 30.11
5. Баллы за выполнение задачи (0-15)

Задачи проекта



Этап 2. «Программа продвижения социального проекта на выбранной территории»

Задача 1:

1. Характеристика и размещение социальных объектов в выбранном регионе
2. С учетом требований ТЗ выделить ключевые социальные объекты региона
3. Ресурсы, необходимые для выполнения задачи: ПК с программой MS Word
4. Срок выполнения: с 07.02 по 28.02
5. Баллы за выполнение задачи (0-15)

Задача 2:

1. Формирование предварительной программы социального проекта
2. С учетом требований ТЗ сформировать параметры социального проекта
3. Ресурсы, необходимые для выполнения задачи: ПК с программой MS Word
4. Срок выполнения: с 01.03 по 01.04
5. Баллы за выполнение задачи (0-15)

Задача 3:

1. Маркетинговое обоснование реализации проекта на выбранной территории
2. С учетом требований ТЗ сформировать проект улучшения социальной сферы
3. Ресурсы, необходимые для выполнения задачи: ПК с программой MS Word
4. Срок выполнения: с 02.04 по 15.05
5. Баллы за выполнение задачи (0-15)

Сводная таблица баллов



ЗДЕСЬ НУЖНО ПЕРЕЧИСЛИТЬ МАКСИМАЛЬНЫЕ БАЛЛЫ ПО ВСЕМ ЗАДАЧАМ

N	ЗАДАЧИ	БАЛЛЫ
	Этап 1. «Анализ района реализации социального проекта»	
1.1	Характеристика города: экономическое содержание, качественные параметры	0 – 15
1.2	Общие проблемы социальной сферы региона	0 – 15
1.3	Исследование	0 – 15
	Этап 2. «Программа продвижения социального проекта на выбранной территории»	
2.1	Характеристика и размещение социальных объектов в выбранном регионе	0 – 15
2.2	Формирование предварительной программы социального проекта	0 – 15
2.3	Маркетинговое обоснование реализации проекта на выбранной территории	0 – 15
	ЗАЩИТА ПРОЕКТА	0 – 10
	Дополнительные баллы (резерв)	

График образовательного процесса

Требуется результат освоения других дисциплин:	Сентябрь-Октябрь				Ноябрь-Декабрь				Февраль-Март				Апрель-Май			
Маркетинг территории																
Мастер класс «Маркетинговые исследования своими силами»																
Техники публичного выступления																

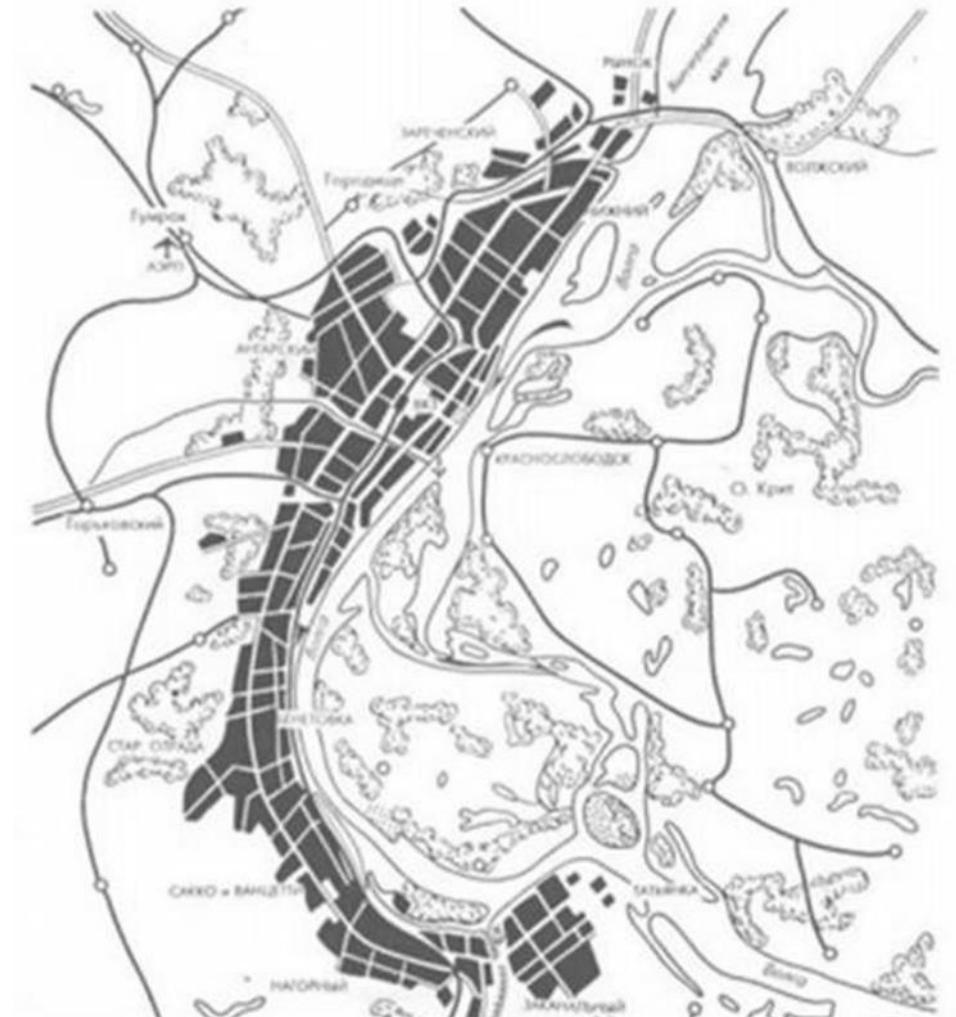
Инструментарий
проведения исследования
01.03

Основы маркетинга
территорий 15.11

Отчет по проекту
15.05

Ресурсное обеспечение процесса

- Для получения итогового продукта необходимо:
-
- **Оборудование**
- ПК с доступом в Интернет, принтеры, проекционная техника
- **Расходники**
- Катриджи, бумага



Иллюстрации к проекту





МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Минтранс России

125 лет



РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТРАНСПОРТА
РУТ (МИИТ)



Транспортный
университет

Спасибо за внимание!

Руководители:

ст.преп. Смирнова Ж.В.,

zh.s.miit@gmail.com

доц. Иванова Е.А.,

suntown@bk.ru,

84999733690

