



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

**«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)**

ИНСТИТУТ МИРОВОГО ОКЕАНА (ШКОЛА)

УТВЕРЖДАЮ

СОГЛАСОВАНО

Руководитель образовательной
программы

К.С. Ганзей

Директор департамента Наук о Земле

И.А. Лисина

«02» ноября 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Геомаркетинг в третичном секторе экономики
Направление подготовки 05.04.02 География
(Пространственное планирование и геомаркетинг)
Форма подготовки: очная

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями *Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 05.04.02 География, утвержденного приказом Минобрнауки России от 07 августа 2020 г. № 895*

Рабочая программа обсуждена на заседании *Департамента наук о Земле*, протокол от «01» ноября 2022 г. №2.

Директор Департамента: И.А. Лисина, к.г.н., доцент

Составитель: А.В. Широкова, к.г.н., доцент

Владивосток
2022

1. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента наук о Земле и утверждена на заседании Департамента наук о Земле, протокол от «___» _____ 20 г. № _____
2. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента наук о Земле и утверждена на заседании Департамента наук о Земле, протокол от «___» _____ 20 г. № _____
3. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента наук о Земле и утверждена на заседании Департамента наук о Земле, протокол от «___» _____ 20 г. № _____
4. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента наук о Земле и утверждена на заседании Департамента наук о Земле, протокол от «___» _____ 20 г. № _____
5. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента наук о Земле и утверждена на заседании Департамента наук о Земле, протокол от «___» _____ 20 г. № _____

Аннотация дисциплины

Геомаркетинг в третичном секторе экономики

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единиц / 144 академических часа. Является дисциплиной вариативной части ОП, изучается на курсе и завершается *экзаменом*. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме *14 часов*, лабораторных *54 часов*, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – *40 часов*.

Язык реализации: русский

Цель: формирование у студентов компетенций в области изучения территориальной организации и планирования производства товаров и услуг в условиях рыночной экономики.

Задачи:

- формирование представления о факторах, условиях и принципах пространственного размещения производства и сферы обращения;
- формирование навыков анализа территориальной структуры товарных рынков, анализа влияния географических факторов на механизмы ценообразования;
- обучение методам прогноза развития производства и сбыта товаров и услуг на территории;
- изучение принципов разработки региональных комплексных Программ развития регионов и муниципальных образований.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;
- способность использовать базовые знания, основные подходы и методы экономико-географических исследований, уметь применять на практике теоретические знания по политической географии и геополитике, географии основных отраслей экономики, их основные географические закономерности, факторы размещения и развития;

- способность использовать в географических исследованиях знания об общих и теоретических основах экономической и социальной географии России и Мира.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Организационно-управленческий	ПК-4 Способен осуществлять организационное сопровождение и контроль за выполнением работ, оказанием услуг и реализацией проектов географической направленности	ПК-4.1 готовит предложения по оптимизации работ по выполнению проектов географической направленности	Знает наиболее эффективные модели и теории размещения производства и сферы обращения.
			Умеет применять модели и теории размещения производства и сферы обращения в изучении социально-экономических систем разного уровня.
			Владеет основными методами экономико-географических исследований для разработки и оценки программ развития третичного сектора.
		ПК-4.2 выстраивает и развивает различные формы (виды) коммуникации среди заинтересованных сторон для выполнения работ, оказания услуг и реализации проектов географической направленности	Знает основных участников рынка товаров и услуг на территории РФ.
			Умеет прогнозировать развитие производства и сбыта товаров и услуг на территориях разного ранга.
			Владеет профессиональной терминологией в области геомаркетинга и сферы услуг.
ПК-4.3 документирует результаты организационного сопровождения и контроля выполнения работ, оказания услуг и реализации проектов географической	Знает ключевые показатели, влияющие на выполнение работ и реализацию проектов в сфере геомаркетинга в производстве товаров и услуг.		
	Умеет применять стандартное программное обеспечение при сопровождении проектов в сфере геомаркетинга в третичном секторе.		

		направленности	Владеет методами экономико-географического картографирования и технологиями визуализации - географической информации в области маркетинга сферы услуг.
--	--	----------------	--

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Геомаркетинг в третичном секторе экономики» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: деловая игра, работа в малых группах, круглый стол.

I. Цели и задачи освоения дисциплины:

Цель: формирование у студентов компетенций в области изучения территориальной организации и планирования производства товаров и услуг в условиях рыночной экономики.

Задачи:

- формирование представления о факторах, условиях и принципах пространственного размещения производства и сферы обращения;
- формирование навыков анализа территориальной структуры товарных рынков, анализа влияния географических факторов на механизмы ценообразования;
- обучение методам прогноза развития производства и сбыта товаров и услуг на территории;
- изучение принципов разработки Программ развития третичного сектора экономики в регионах и муниципальных образованиях.

Место дисциплины в структуре ОПОП ВО (в учебном плане):

Профессиональные компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
---	---	--	--

Организационно-управленческий	ПК-4 Способен осуществлять организационное сопровождение и контроль за выполнением работ, оказанием услуг и реализацией проектов географической направленности	ПК-4.1 готовит предложения по оптимизации работ по выполнению проектов географической направленности	Знает наиболее эффективные модели и теории размещения производства и сферы обращения.
			Умеет применять модели и теории размещения производства и сферы обращения в изучении социально-экономических систем разного уровня.
			Владеет основными методами экономико-географических исследований для разработки и оценки программ развития третичного сектора.
	ПК-4.2 выстраивает и развивает различные формы (виды) коммуникации среди заинтересованных сторон для выполнения работ, оказания услуг и реализации проектов географической направленности	ПК-4.2 выстраивает и развивает различные формы (виды) коммуникации среди заинтересованных сторон для выполнения работ, оказания услуг и реализации проектов географической направленности	Знает основных участников рынка товаров и услуг на территории РФ.
			Умеет прогнозировать развитие производства и сбыта товаров и услуг на территориях разного ранга.
			Владеет профессиональной терминологией в области геомаркетинга и сферы услуг.
	ПК-4.3 документирует результаты организационного сопровождения и контроля выполнения работ, оказания услуг и реализации проектов географической направленности	ПК-4.3 документирует результаты организационного сопровождения и контроля выполнения работ, оказания услуг и реализации проектов географической направленности	Знает ключевые показатели, влияющие на выполнение работ и реализацию проектов в сфере геомаркетинга в производстве товаров и услуг.
			Умеет применять стандартное программное обеспечение при сопровождении проектов в сфере геомаркетинга в третичном секторе.
			Владеет методами экономико-географического картографирования и технологиями визуализации - географической информации в области маркетинга сферы услуг.

II. Трудоемкость дисциплины и виды учебных занятий по дисциплине

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы (144 академических часа).

III. Структура дисциплины:

Форма обучения – очная.

№	Наименование раздела дисциплины	С е м е с т р	Количество часов по видам учебных занятий и работы обучающегося				Формы промежуточной аттестации
			Лек	Лаб	СР	Конт роль	
1	Раздел 1. Основы маркетинга	1	8	18			
2	Раздел 2. Географические факторы изучения региональных рынков	1	6	36			
	Итого:		14	54	40	36	экзамен

IV. СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Раздел 1. Основы маркетинга.

Тема 1. Понятие о маркетинге. Система региональных рынков. (2 час)

Маркетинг. Основные цели и принципы. Региональные факторы и условия формирования рынка. Внутреннее и внешнее экономическое пространство. Понятие о региональном рынке. Система региональных рынков. Рынки, связанные с обеспечением потребностей населения- региона. Рынки материально-вещественных товаров. Рынки трудовых, финансово-кредитных и информационных ресурсов.

Тема 2. Факторы производства. (1 час)

Определение цены на продукцию в условиях рыночной экономики. Факторы, влияющие на изменение объема и структуры производства. Факторы размещения производства. Факторный анализ производства.

Тема 3. Планирование производства продукции предприятия и товародвижения. (2 час)

Особенности промышленных предприятий, оптовой и розничной торговли,

некоммерческих организаций, органов государственного управления как потребителей. Организации-потребители. Схема взаимосвязи между организациями-потребителями и конечными потребителями (населением). Классификация продукции предприятий с точки зрения предполагаемых покупателей. Энергопроизводственные, ресурсные, потребительские циклы и промышленные комплексы (узлы) в системе маркетинга. Стадии развития структуры территориально-промышленных комплексов и жизненный цикл продукта. Каналы товародвижения. Особенности оптовой и розничной торговли в каналах товародвижения.

Тема 4. Закон спроса на товары и услуги. Ценовая эластичность спроса. (1 час)

Понятие о ценовой эластичности спроса. Категории потребителей в зависимости от ориентации спроса. Установление цены на продукцию участниками каналов товародвижения. Кривые спроса, безразличия, бюджетная линия.

Тема 5. Современное ценообразование в России. (1 час)

Виды и структура цен. Виды цен в зависимости от экономического назначения продукции (оптовые, розничные, закупочные, сметные). Виды цен по степени свободы (фиксированные, договорные, регулируемые и др.). Функции цены (планово-учетная, стимулирующая, распределительная, регулирующая). Формирование цены (на основе средних издержек производства прибыль; на уровне покупательского восприятия товара; на уровне текущих цен и др.).

Тема 6. Управление ценообразованием (конкуренция и правительственные меры). (1 час)

Функции конкуренции в рыночной экономике. Среда конкуренции. Горизонтальное и вертикальное фиксирование цен. Антитрестовское законодательство.

Раздел 2. Географические факторы изучения региональных рынков.

Тема 7. Проблемы взаимодействия государства и рынка. Экономико-географические факторы размещения товарных бирж. (1 час)

Принципы государственного регулирования экономики. Концепция "провала рынка". Теория "государственных финансов". Концепция "Общественного товара".

Концепция "провала государства". Теория "государственного хозяйства". Теория "социального выбора". Теория "общественного выбора". Понятие о товарной бирже. Классификация товарных бирж. Размещение товарных бирж. Биржевая котировка.

Тема 8. Предпринимательский риск (природные, социально-экономические и политические факторы). (1 час)

Понятие о предпринимательском риске. Измерение предпринимательского риска. Виды предпринимательских потерь. Причины возникновения потерь. Оценка риска и способы его уменьшения.

Тема 9. Стратификация рынков. Основные рынки товаров и услуг региона. (4 час)

Принципы стратификации рынков. Рынки образования, здравоохранения, финансов, транспорта, связи, туризма, недвижимости, рекламы, маркетинга торговли и пр.

V. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Лабораторные работы (54 часа)

Лабораторная работа 1. Группировка маркетинговых данных (расчетно-графическое работа). (6 часов)

Лабораторная работа 2. Статистическая обработка маркетинговых данных (расчетно-графическое работа). (6 часов)

Лабораторная работа 3. Геоинформационная обработка маркетинговых данных (расчетно-графическое работа). (6 часов)

Лабораторная работа 4. Оценка экономико-географического положения региона (расчетно-графическое работа). (6 часов)

Лабораторная работа 5. Природно-ресурсный потенциал региона как фактор ценообразования. (6 часов)

Лабораторная работа 6. Анализ транспортной сети региона (расчетно-графическое работа). (6 часов)

Лабораторная работа 7. Анализ населения региона (расчетно-графическое

работа). (6 часов)

Лабораторная работа 8. Исследования рынков территорий Дальнего Востока (презентация/сообщение). (6 часов)

Лабораторная работа 9. Применение геоинформационных методов для построения пространственных моделей в маркетинге. (6 часов)

VI. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые разделы/темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства *	
				текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	Раздел 1. Основы маркетинга	ПК-4.1 готовит предложения по оптимизации работ по выполнению проектов географической направленности	Знает наиболее эффективные модели и теории размещения производства и сферы обращения.	УО-1 ПР-7	—
			Умеет применять модели и теории размещения производства и сферы обращения в изучении социально-экономических систем разного уровня.	ПР-2 ПР-7	
			Владеет основными методами экономико-географических исследований для разработки и оценки программ развития третичного сектора.	УО-1 ПР-7	
2	Раздел 2. Географические факторы изучения региональных рынков	ПК-4.2 выстраивает и развивает различные формы (виды) коммуникации среди заинтересованных сторон для выполнения работ, оказания услуг и реализации проектов географической направленности	Знает основных участников рынка товаров и услуг на территории РФ.	УО-1 УО-3 ПР-2 ПР-7	—
			Умеет прогнозировать развитие производства и сбыта товаров и услуг на территориях разного ранга.	УО-1 ПР-7	
			Владеет профессиональной терминологией в области геомаркетинга и сферы услуг.	УО-1 ПР-7	
		ПК-4.3 документирует результаты организационного сопровождения и контроля выполнения	Знает ключевые показатели, влияющие на выполнение работ и реализацию проектов в сфере геомаркетинга в производстве товаров и услуг.	УО-1 ПР-7	—

		работ, оказания услуг и реализации проектов географической направленности	Умеет применять стандартное программное обеспечение при сопровождении проектов в сфере геомаркетинга в третичном секторе.	УО-1 ПР-7	
			Владеет методами экономико-географического картографирования и технологиями визуализации - географической информации в области маркетинга сферы услуг.	УО-1 ПР-7 ПР-9	
	Экзамен	ПК-4.1;ПК-4.2; ПК-4.3		-	ПР-1

*Рекомендуемые формы оценочных средств:

1) собеседование (УО-1), коллоквиум (УО-2); доклад, сообщение (УО-3); круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты (УО-4); и т.д.

2) тесты (ПР-1); контрольные работы (ПР-2), эссе (ПР-3), рефераты (ПР-4), курсовые работы(ПР-5), научно-учебные отчеты по практикам (ПР-6); лабораторная работа (ПР-7); портфолио(ПР-8); проект (ПР-9); деловая и/или ролевая игра (ПР-10); кейс-задача (ПР-11); рабочая тетрадь (ПР-12) и т.д.

VII. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Самостоятельная работа определяется как индивидуальная или коллективная учебная деятельность, осуществляемая без непосредственного руководства педагога, но по его заданиям и под его контролем. Самостоятельная работа – это познавательная учебная деятельность, когда последовательность мышления студента, его умственных и практических операций и действий зависит и определяется самим студентом.

Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровней, что в итоге приводит к развитию навыка самостоятельного планирования и реализации деятельности.

Целью самостоятельной работы студентов является овладение необходимыми компетенциями по своему направлению подготовки, опытом творческой и исследовательской деятельности.

Формы самостоятельной работы студентов:

- работа с основной и дополнительной литературой, интернет-ресурсами;
- самостоятельное ознакомление с лекционным материалом, представленным на электронных носителях, в библиотеке образовательного учреждения;
- подготовка реферативных обзоров источников периодической печати, опорных конспектов, заранее определенных преподавателем;
- поиск информации по теме с последующим ее представлением в аудитории в форме доклада, презентаций;
- подготовка к выполнению аудиторных контрольных работ;
- выполнение домашних контрольных работ;
- выполнение тестовых заданий, решение задач;
- составление кроссвордов, схем;
- подготовка сообщений к выступлению на семинаре, конференции;
- заполнение рабочей тетради;
- написание эссе, курсовой работы;
- подготовка к деловым и ролевым играм;
- составление резюме;
- подготовка к зачетам и экзаменам;
- другие виды деятельности, организуемые и осуществляемые образовательным учреждением и органами студенческого самоуправления.

Рекомендации по самостоятельной работе студентов

(для онлайн-курса)

VIII. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

1. Белова, Н.Н. Практикум по промышленному маркетингу: учебное пособие / Н.Н. Белова. – Воронеж: ВГУ, 2017. – 31 с. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/154887> (дата обращения: 24.03.2021). – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/154887>.
2. Беш, Ганс. География мирового хозяйства / пер. с англ. В.М. Гохмана; Ред. В.П. Максаковского. - Москва: Прогресс, 1966. - 277 с.). – Режим доступа: <https://search.rsl.ru/ru/record/01005970479>
3. Кустова, И. А. Маркетинг продуктов общественного питания: учебное пособие / И. А. Кустова. – Самара: АСИ СамГТУ, 2016. – 263 с. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/127876> (дата обращения: 24.03.2021). – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/127876>.
4. Маркетинг: общий курс: учебное пособие / под редакцией Н.Я. Калюжной, А.Я. Якобсона. – 4-е изд. – Москва: Омега-Л, 2010. – 476 с. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/5532> (дата обращения: 24.03.2021). – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/5532>
5. Матушкин, А.С. Цифровая картография: учебное пособие / А.С. Матушкин. – Киров: ВятГУ, 2017. – 121 с. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/164419> (дата обращения: 24.03.2021). – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/164419?category=10995>.
6. Матушкин, А. С. Картографирование и анализ пространственных данных с использованием геоинформационной системы QGIS: учебное пособие / А.С. Матушкин. – Киров: ВятГУ, 2018. – 100 с. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/164420> (дата обращения: 24.03.2021). – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/164420>.
7. Петрова, Е.Ю. Методы географических исследований. Практикум: учебное пособие / Е.Ю. Петрова. – Томск: ТГПУ, 2019. – 40 с. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL:

<https://e.lanbook.com/book/152688> (дата обращения: 24.03.2021). – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/152688?category=10995>.

8. Ружинская, Л. А. Экономическая и социальная география России: учебно-методическое пособие / Л. А. Ружинская. – 2-е изд. испр. и доп. – Рязань: РГУ имени С.А. Есенина, 2019. – 176 с. – ISBN 978-5-906987-78-5. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/164452> (дата обращения: 24.03.2021). – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/164452?category=10995>.

9. Физическая география России. Региональный обзор: учебное пособие / составитель Ф. Ю. Кайзер, О.А. Брель. – Кемерово: КемГУ, 2019. – 67 с. – ISBN 978-5-8353-2371-5. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/134301> (дата обращения: 24.03.2021). – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/134301?category=10995>.

Дополнительная литература

1. Аюшеева А.О., Челпанов И.Б., Никифоров Б.С. Интегрированные производственные системы: Учебное пособие. - Улан-Удэ: Издательство ВСГТУ, 2006. - 60 с. - URL: <http://window.edu.ru/resource/816/40816/files/mtdmng42.pdf>

2. Бакланов П.Я. Территории опережающего развития: понятие, структура, подходы к выделению // Региональные исследования №3 (45), 2014. - С.12-19. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=22487743>

3. Гагарский М. Д.Маркетинг местностей (мест): общественно-географические аспекты // Географический вестник. – 2005. - №1-2. – С. 52-67. – URL:http://www.geo-vestnik.psu.ru/files/vest/30_marketing.pdf

4. Капитализм и рынок: экономисты размышляют / Кузнецов В.И., Осадчая И.М., Автономов В. С. И др.: отв. Ред. Мартынов В. А. И др.; РАН. Ин-т мировой экономики и междунар. Отношений. - М.: Наука, 1993. - 208 с. <https://cyberleninka.ru/article/n/95-01-003-kapitalizm-i-rynok-ekonomisty-razmyshlyayut-kuznetsov-v-i-osadchaya-i-m-avtonomov-v-s-i-dr-otv-red-martynov-v-a-i-dr-ran-in-t-mirovoy>

5. Киреев А. А. Структурные стимулы и ограничения политики развития российского Дальнего Востока // Проблемы национальной стратегии №4 (55) 2019. С. 156-171. Режим доступа: <https://riss.ru/documents/812/54e7f4c120e24a2b84cf7a54a3870143.pdf>

6. Лесной комплекс Дальнего Востока России: аналитический обзор / Под ред. А.С. Шейнгауза. - Владивосток: Хабаровск: ДВО РАН, 2005. - 160 с. – Режим доступа: <https://wwf.ru/resources/publications/booklets/lesnoy-kompleks-dalnego-vostoka-rossii-analiticheskiy-obzor/>

7. Ткаченко Г.Г. Экономико-географическое положение как фактор интеграции субъектов Дальнего востока России со странами Северо-Восточной Азии // Региональные исследования №3 (45), 2014. С. 45-50.
<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=22487747>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Электронная библиотека РГО. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lib.rgo.ru/dsweb/HomePage>
2. Геопортал РГО. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://geoportal.rgo.ru/>
3. Геопортал географического факультета МГУ. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.geogr.msu.ru/science/projects/geoportal/>
4. Геопортал ТИГ ДВО РАН. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gis.dvo.ru/>
5. Геопортал ИВиС ДВО РАН. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://geoportal.kscnet.ru/>
6. Геопортал Роскосмоса. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gptl.ru/>
7. Национальный атлас России (web-доступ). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://национальныйатлас.рф/>
8. GEOSS geoportал (интерактивный пользовательский геопортал). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.geoportал.org/>
9. Международный географический союз. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://igu-online.org/>
10. Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rospotrebnadzor.ru/>
11. Федеральная служба государственной статистики (Росстат). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/>
12. Центральный НИИ организации и информатизации здравоохранения. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mednet.ru/>
13. База медико-географических данных «Здоровье населения Тихоокеанской России». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pacifichealth.ru/>

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

1. Геоинформационная система QGIS <https://www.qgis.org/ru/site/>
2. Облачная ГИС-платформа ArcGIS Online <https://www.arcgis.com/>
3. Веб-картографический сервис «OpenStreetMap» <http://openstreetmap.ru/>

IX. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Успешное освоение дисциплины предполагает активную работу студентов на всех занятиях аудиторной формы: лекциях и практиках, выполнении аттестационных мероприятий. В процессе изучения дисциплины студенту необходимо ориентироваться на проработку лекционного материала, подготовку к практическим занятиям, выполнение контрольных и творческих работ.

Освоение дисциплины «Геомаркетинг в третичном секторе экономики» предполагает рейтинговую систему оценки знаний студентов и предусматривает со стороны преподавателя текущий контроль за посещением студентами лекций, подготовкой и выполнением всех практических заданий, выполнением всех видов самостоятельной работы.

Промежуточной аттестацией по дисциплине «Геомаркетинг в третичном секторе экономики» является экзамен.

Студент считается аттестованным по дисциплине при условии выполнения всех видов текущего контроля и самостоятельной работы, предусмотренных учебной программой.

Шкала оценивания сформированности образовательных результатов по дисциплине представлена в фонде оценочных средств (ФОС).

Х. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебные занятия по дисциплине проводятся в помещениях, оснащенных соответствующим оборудованием и программным обеспечением.

Перечень материально-технического и программного обеспечения дисциплины приведен в таблице.

Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения. 690922, Приморский край, г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс, 10, этаж 5 № помещения 2323	Помещение укомплектовано специализированной учебной мебелью (посадочных мест – 30) Доска аудиторная Мультимедийное оборудование: Проектор мультимедийный Nec M230X, экран проекционный SENSSCREEN ES-431150 150* настенно-потолочный моторизированный, покрытие Matte White, 4:3, размер рабочей поверхности 305*229	
690922, Приморский край, г. Владивосток, остров Русский, полуостров Саперный, поселок Аякс, 10, корп. А (Лит. П), Этаж 10, каб. А1017. Аудитория для самостоятельной работы	Оборудование: Моноблок Lenovo C360G-i34164G500UDK – 15 шт. Интегрированный сенсорный дисплей Polymedia FlipBox 1 шт. Копир-принтер-цветной сканер в e-mail с 4 лотками Xerox WorkCentre 5330 (WC5330C – 1 шт.)	Microsoft Office - лицензия Standard Enrollment № 62820593. Дата окончания 2020-06-30. Родительская программа Campus 3 49231495. Торговый посредник: JSC "Softline Trade" Номер заказа торгового посредника: Tr000270647-18. Photoshop CC for teams All Apps ALL Multiple Platforms Multi European Languages Team Licensing Subscription Renewal №ЭА-667-17 от 08.02.2018. 07, Adobe Creative Cloud for teams All Apps ALL Multiple Platforms Multi European Languages Team Licensing Subscription New

		<p>Контракт №ЭА-667-17 от 08.02.2018. ESET NOD32 Secure Enterprise Контракт №ЭА-091-18 от 24.04.2018. AutoCAD Electrical 2015. Срок действия лицензии 10.09.2020. № договора 110002048940 в личном кабинете Autodesk. +2 Сублицензионное соглашение Blackboard № 2906/1 от 29.06.2012.</p>
--	--	--