

# Маркетинг / маркетинг территорий

Контрольные мероприятия

**Костромина Елена Александровна,  
кандидат филологических наук, доцент**

# Контрольные точки

1. Контрольная точка 1 – тест (10 вопросов)
2. Контрольная точка 2 – тест (10 вопросов)
3. Контрольная точка 3 – кейс (на практических занятиях)
4. Контрольная точка 4 – групповой проект (или научная статья)
5. Дополнительные баллы:  
посещение занятий – 2 балла;  
активная работа на занятиях – 3 балла

# Тесты

выполняются индивидуально, ограничены по времени,  
проводятся на практических занятиях, будет выслана ссылка

необходимо иметь аккаунт



Т.е. надо завести почтовый ящик на [gmail.com](https://gmail.com)

# Статья научная

- Должна быть актуальной
- Оригинальность - не менее 90% (если проверять на бесплатном ресурсе)
- Объем статьи: от 5 до 10 страниц формата А4
- Оформление:

# ОФОРМЛЕНИЕ ТЕКСТА СТАТЬИ

**Формат страницы А4**

**Поля страницы: верхнее, нижнее и правое – по 2 см, левое – 3 см,**

**Шрифт – Times New Roman . Кегль – 14;**

**межстрочный интервал – 1,5, отступ – 1,25.**

**Выравнивание по ширине**

**Ссылки на источники указываются в квадратных скобках**

**Текст в таблицах: кегль – 12, межстрочный интервал – 1,0, ширина таблиц не должна превышать ширины основного текста**

**В разделе «Литература» приводится список используемых источников по ГОСТ [Р 7.0.5-2008](#)**

Фамилия И.О.

Группа, курс, высшая школа,  
Российский государственный университет туризма и  
сервиса  
E-mail

## НАЗВАНИЕ СТАТЬИ

Аннотация (40-70 слов)

Ключевые слова (5-7 слов)

# Проект

*«Разработка и продвижение продукта (услуги) на рынок».* В качестве продукта рекомендуется взять туристскую услугу, **обладающую новизной** (любую, по желанию; возможно, придумать новую), например разработка тура или проект продвижения гостиницы (санатория, пансионата), или проект формирования бренда территории.

- Представляется в виде презентации объемом 10-20 слайдов.

# Структура проекта:

1. Название и описание продукта (услуги), его свойств.
2. Обоснование потребности в продукте.
3. Разработка имени, логотипа и слогана.
4. Целевая аудитория продукта (услуги).
5. Позиционирование продукта (услуги).
6. Определение и обоснование цены продукта (услуги).
7. Разработка каналов сбыта продукта (услуги).
8. Разработка системы мероприятий по стимулированию сбыта.
9. Разработка рекламной кампании продукта: визуальное представление продукта (разработка рекламного плаката, буклета, ролика и т.п. – по выбору студента); разработка слогана рекламной кампании; определение медианосителей для продвижения продукта (составление медиаплана).



# Сайты

- [sostav.ru](http://sostav.ru)
- [marketologi.ru](http://marketologi.ru)
- [rusability.ru](http://rusability.ru)
- [www.cossa.ru](http://www.cossa.ru)
- [vc.ru](http://vc.ru)
- [Adindex.ru](http://Adindex.ru)
- [RB.ru](http://RB.ru)
- [И многие другие](#)

# Формат связи

- Презентации, статьи, проекты присылать за 1 день до начала практических занятий на почту:

**Kostromina\_elen22@mail.ru**

- В теме письма указывать фамилию, группу, вид присланной работы.  
Например: **Проект по маркетингу\_ Иванов И.С., Петрова А.С.  
(МТЗ-19-1)**
- Название прикрепленного файла также должно содержать фамилию исполнителей

# Балльно-рейтинговая система

50 баллов и менее – недопуск к экзамену

От 51 до 61 балла – допуск к экзамену (либо тест, либо устный по билетам – в зависимости от ситуации)

Оценки «автоматом»:

От 62 до 70 баллов – оценка «3»

От 71 до 80 баллов – оценка «4»

Оценка «5» выставляется на экзамене при условии набора выше 91 балла

Максимально возможное количество баллов на экзамене – 20.