Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Пермский государственный национальный исследовательский университет»

МАРКЕТИНГ ТЕРРИТОРИИ

Город Тюмень

Автор работы: Мудрук П.В.,

ГМУ-1,2-2016,4 курс, заочное отделение

группа

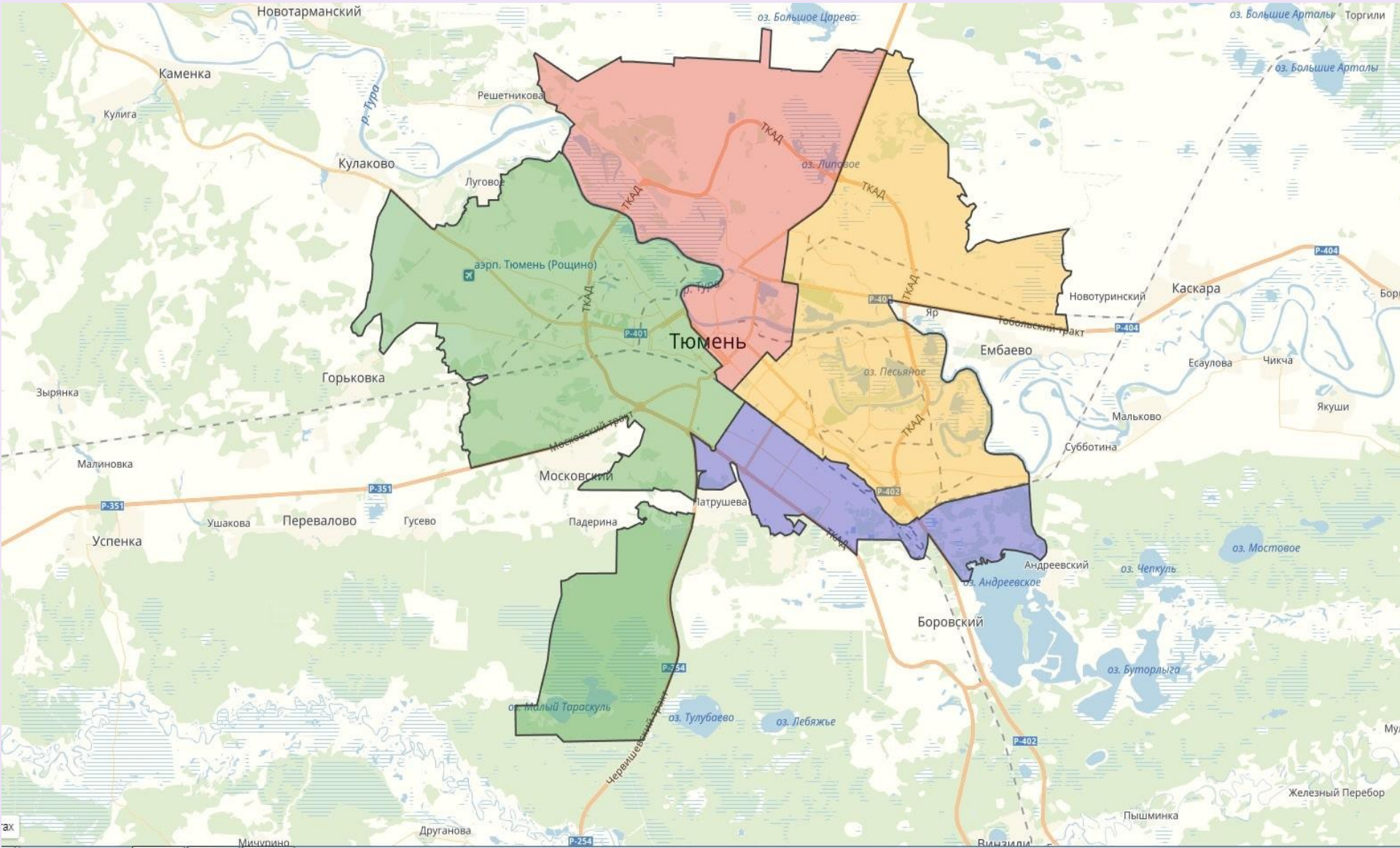
ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ

Принят на сессии Тюменской Областной думы 24 октября 2008 года

Флаг утверждён 24 октября 2008 года

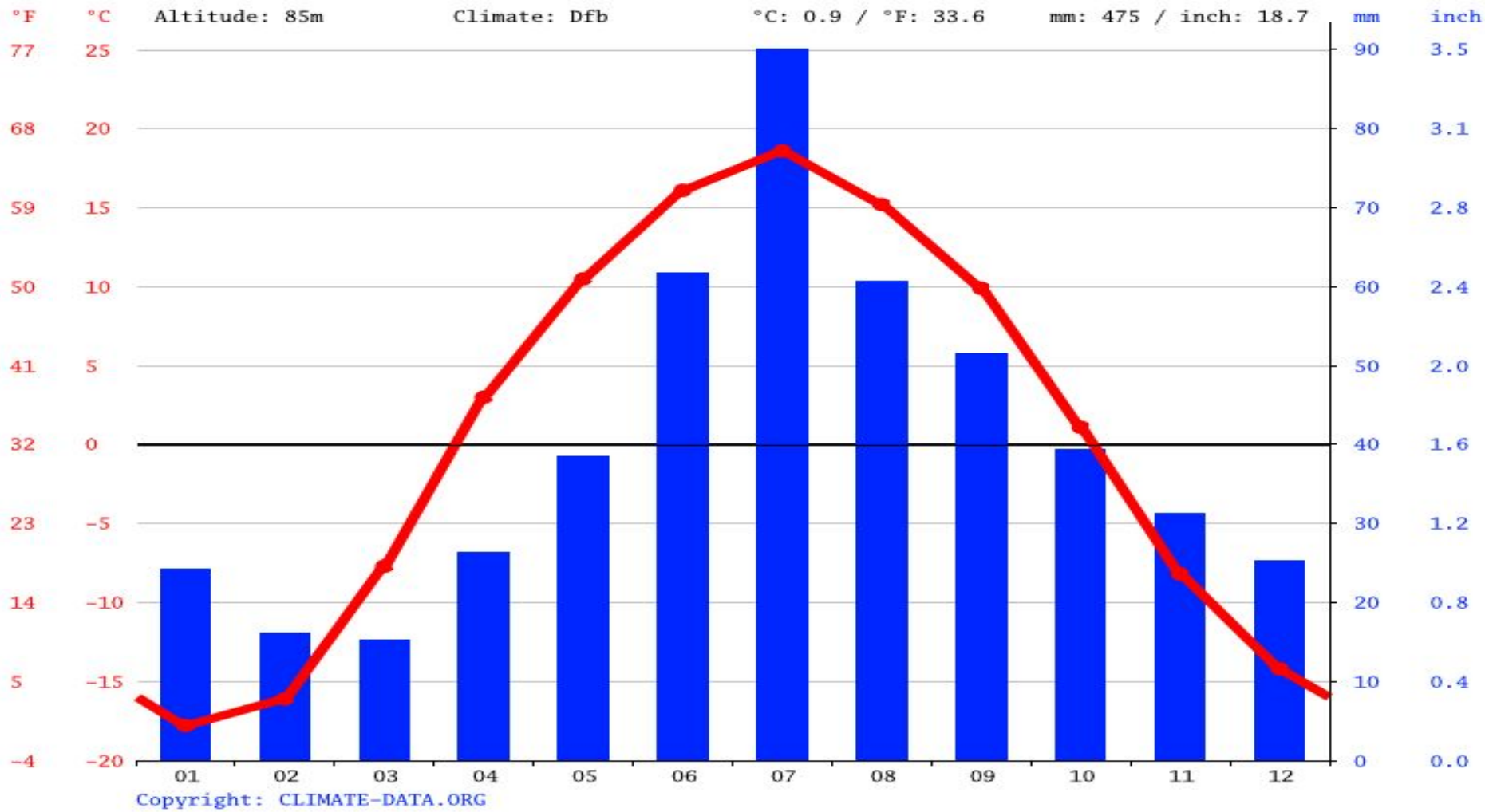
ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ

Тюмень на карте



ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ

Климат



КЛИМАТИЧЕСКИЙ ГРАФИК

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ

Инфраструктура

	ИНФРАСТРУКТУРА	ТРАНСПОРТНАЯ ДОСТУПНОСТЬ	АРХИТЕКТУРА	ЭКОЛОГИЯ	ВЫБОР ЖК	СРЕДНЯЯ ОЦЕНКА
ЦЕНТР ГОРОДА	5	4	5	2	2	3,6
ТЮМЕНСКАЯ СЛОБОДА	4	4	4	4	5	4,2
ЮЖНЫЕ МКР, МАЯК, ПЛЕХАНОВО, ЧЕРВИШЕВСКИЙ ТРАКТ	4	4	2	3	4	3,4
ДОМ ОБОРОНЫ, ЗАТЮМЕНКА	4	5	2	3	4	3,6
ЗАРЕЧНЫЕ МИКРОРАЙОНЫ	4	4	3	4	5	4
ТАРМАНЫ, МЫС, ММС	4	2	2	4	4	3,2
ЛЕСОБАЗА	3	2	2	4	3	2,8
ВОСТОЧНЫЕ МИКРОРАЙОНЫ, ВОЙНОВКА	4	3	3	3	4	3,4
ТЮМЕНСКИЕ МИКРОРАЙОНЫ, МЖК	3	3	3	3	5	3,4

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ

Достопримечательности

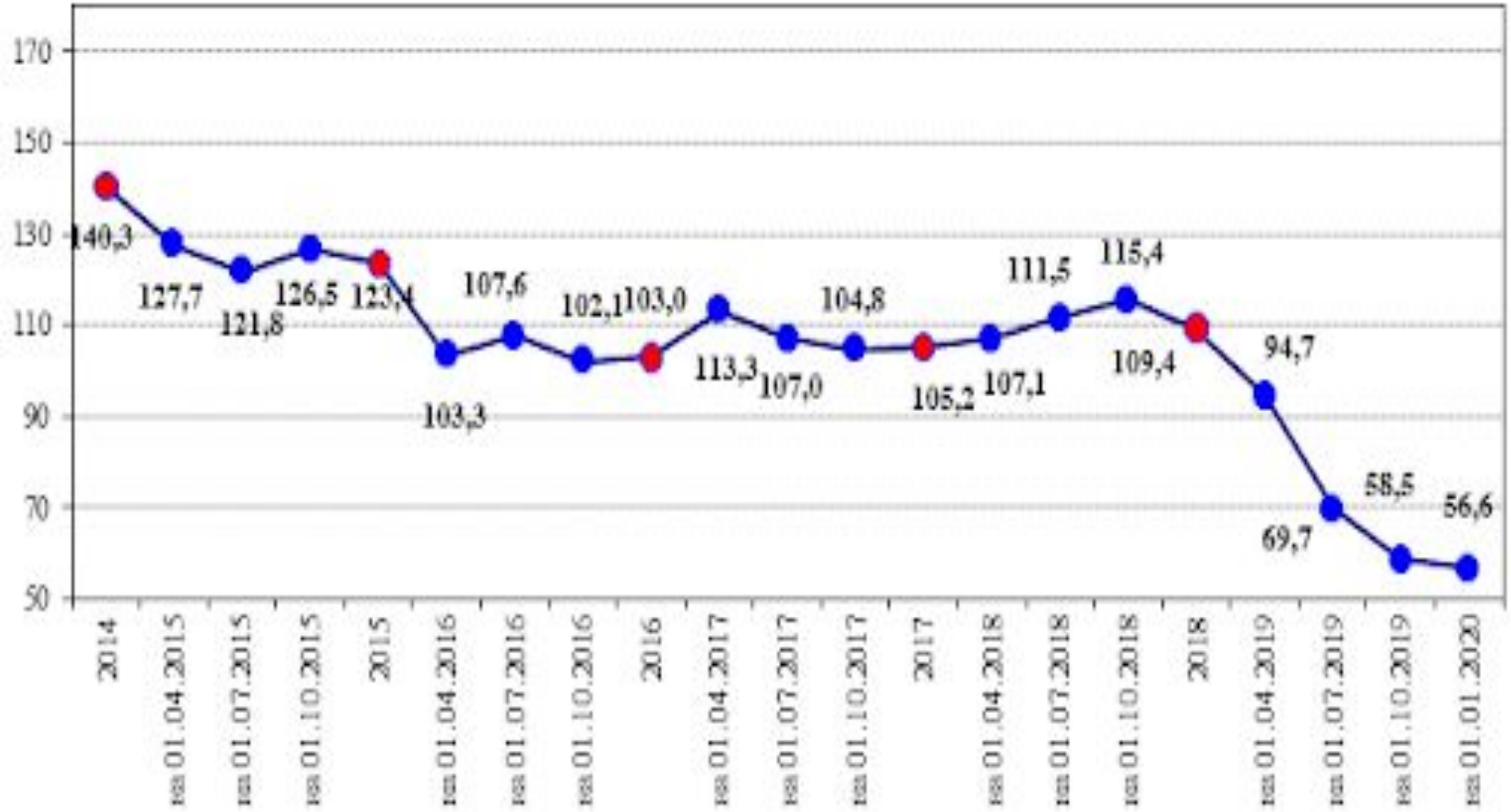
ТЮМЕНСКИЙ ДРАМАТИЧЕСКИЙ ТЕАТР

СРЕДНЯЯ ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА

- Учителя в средних общеобразовательных школах— 43 983 рублей;
- Педагоги в системе дошкольного образования — 39 373 рублей;
- Преподаватели в системе высшего образования — 83 861 рублей;
- Работники учреждений культуры — 43 139 рублей;
- Средний медперсонал — 44 488 рублей;
- Младший медперсонал — 43 110 рублей;
- Врачи — 85 320 рублей.

- Промышленность — 44 297 рублей;
- Торговля и продажи — 44 156 рублей;
- Транспорт и автобизнес — 48 182 рублей;
- ТЭК и добыча сырья — 37 312 рублей;
- ИТ и интернет — 39 468 рублей;

Объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами организаций (без субъектов малого предпринимательства) к соотвествующему периоду предыдущего года, %



МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ

Цель маркетинговой стратегии – выделить Тюмень среди других по следующим показателям: качество жизни в регионе, новые формы и методы обучения, условия, репутация, HR-бренд.

Составляющие маркетинговой стратегии – исследовательские фронтиры, ценовая конкурентоспособность услуг.

Преимущества:

1) высокий уровень качества жизни населения (8 место в России) ;
2) низкие показатели безработицы среди экономически активного населения (5,1%) ;
3) один из самых высоких уровней средней заработной платы по стране (56 841 руб.) ;