

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Скрипчинский Андрей Владимирович

Должность: и.о. директора Высшей школы географии и геоинформатики

Дата подписания: 12.03.2024 09:17:07

Уникальный идентификатор:
454277c7bfda1e1d0d6c754bef51ff9e839ac713

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Наименование дисциплины	Методы геомаркетинговых исследований
Краткое содержание	Наиболее распространенные и востребованные методы геомаркетинговых исследований: построение буферных зон (видимости, доставки грузов и товаров, рыночного охвата и т. п.), маршрутизации (прокладка оптимального маршрута для доставки грузов и т. п.), анализ положения относительно каких-либо объектов (конкурентов, потребителей, поставщиков и т. п.), анализ доступности (пешая, автомобильная и т. п.), количественные переменные (количество населения, работающих, пешеходов, автомобилей и т. д.), пространственной статистики (регрессионный анализ, распределение покупателей, концентрации грузов, размещение магазинов и т. д.), анализ зон пригодности, модель Хаффа, сетевого анализа.
Результаты освоения дисциплины	Анализирует большие массивы информации профессионального содержания из российских и зарубежных источников по проводившимся геомаркетинговым исследованиям. Определяет принципы построения информационной базы геомаркетинговых исследований, оценивает ее полноту и достоверность. Использует классические и современные методы географических исследований с целью геомаркетинга. Формулирует цели и задачи геомаркетингового исследования, этапы решения научно-исследовательских задач. Выбирает приемы и методы геомаркетингового исследования, адаптирует их в соответствии с целями и задачами научного исследования. Разрабатывает разделы проектной документации географического содержания в целях геомаркетинговых исследований.
Трудоемкость, з.е.	3
Формы отчетности	зачет
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Логунцова, И. В. Маркетинг территорий : учебник и практикум для вузов / И. В. Логунцова, И. В. Малькова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 163 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09402-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511012 . 2. Маркетинг территорий : учебник для вузов / А. А. Угрюмова [и др.] ; под общей редакцией А. А. Угрюмовой, М. В. Савельевой, Е. В. Ерохиной. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 446 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14967-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/515029 .
Дополнительная литература	1. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг мест. СПб.: Стокгольмская школа экономики, 2005 г. 2. Цветков В. Я. Геомаркетинг: прикладные задачи и методы. М.: Изд. Финансы и статистика, 2002 г.