

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ВЛАДИМИРА ДАЛЯ»

Институт строительства, архитектуры и жилищно-коммунального хозяйства
Кафедра управления жилищно-коммунальным хозяйством

УТВЕРЖДАЮ
Директор _____ Андрийчук Н.Д.
(подпись)
« 25 » _____ 20 25 года
(подпись)



ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине

«Основы территориально-пространственного развития городов»
08.03.01 Строительство
«Экспертиза и управление недвижимостью»

Разработчик:
Ст. преподаватель _____ Радионов Д.Г.
(подпись)

ФОС рассмотрен и одобрен на заседании кафедры управления жилищно-коммунальным хозяйством

от « 24 » _____ 20 25 г., протокол № 6
(подпись)

Заведующий кафедрой _____ Коваленко Д.С.
(подпись)

Луганск 2025 г.

**Комплект оценочных материалов по дисциплине
«Основы территориально-пространственного развития городов»**

Задания закрытого типа

Задания закрытого типа на выбор правильного ответа

Выберите один правильный ответ

1. При критическом анализе потребностей города в рамках территориально-пространственного развития необходимо учитывать следующие данные:

- А) только данные о плотности населения
- Б) прогнозы социально-экономических изменений, экологические факторы, транспортные потоки и потребности в инфраструктуре
- В) только статистику по жилищному строительству
- Г) данные о количестве зеленых зон в городе

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): УК-1

2. Для продвижения нового жилого комплекса в районе с развитой транспортной инфраструктурой лучше всего использовать следующий маркетинговый подход:

- А) акцент на низкой цене квадратного метра
- Б) акцент на удобстве расположения и транспортной доступности
- В) акцент на эксклюзивном дизайне
- Г) акцент на наличии бассейна

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-1

3. Для продвижения программы реновации жилья в городе наиболее эффективен следующий маркетинговый подход:

- А) обещание быстрых результатов
- Б) критика существующего жилья
- В) подробное информирование о преимуществах программы и гарантиях безопасности
- Г) агрессивная рекламная кампания

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ПК-1

Задания закрытого типа на установление соответствия

Установите правильное соответствие.

Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

1. Установите правильное соответствие. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца

- | | |
|---|--|
| 1) Какой подход является основным при поиске информации для территориально-пространственного развития города? | А) Использование данных только о плотности населения |
| 2) Как критический анализ информации помогает в разработке стратегии развития города? | Б) Применение данных исключительно о транспортной инфраструктуре |
| 3) Как системный подход влияет на принятие решений в градостроительстве? | В) Учёт взаимосвязанных факторов, таких как экономика, экология и социальные потребности |
| 4) Как синтез информации влияет на улучшение городской инфраструктуры? | Г) Создание комплексных решений с учётом различных аспектов, включая экологические, социальные и экономические |
| | Д) Игнорирование всех других факторов и сосредоточение исключительно на прибыли |

Запишите выбранные буквы под соответствующими цифрами:

Правильный ответ:

1	2	3	4
Г	В	А	Б

Компетенции (индикаторы): УК-1

2. Установите правильное соответствие. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца

- | | |
|--|---|
| 1) Маркетинговая стратегия для привлечения инвестиций в новый технопарк | А) Программа лояльности для постоянных клиентов |
| 2) Инструмент для оценки эффективности маркетинговой кампании по продвижению новостройки | Б) Создание привлекательного имиджа города как инновационного центра, предоставление льгот для резидентов |
| 3) Маркетинговый метод для повышения узнаваемости города как туристического направления | В) Число заключенных договоров купли-продажи, количество запросов, узнаваемость бренда |
| 4) Способ оптимизации стоимости маркетинговых услуг при продвижении городского проекта | Г) Разработка уникального туристического бренда, активное использование социальных сетей, участие в международных туристических выставках |

Д) Снижение затрат на рекламу за счет использования партнерских программ и социальных сетей, оптимизация контента для поисковых систем

Запишите выбранные буквы под соответствующими цифрами:

Правильный ответ:

1	2	3	4
Б	В	Г	Д

Компетенции (индикаторы): ПК-1

3. Установите правильное соответствие. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца

Маркетинговая задача

Инструмент маркетинга

- 1) Привлечение жителей к участию в обсуждении проекта нового парка
- 2) Определение целевой аудитории для рекламы новых офисных помещений
- 3) Повышение привлекательности городской среды для молодых специалистов
- 4) Оптимизация транспортной сети города на основе данных о пассажиропотоке

- А) Анализ Big Data для выявления наиболее популярных мест отдыха и интересов целевой аудитории
- Б) Разработка мобильного приложения с интерактивной картой города и информацией об инфраструктуре
- В) Проведение онлайн-опросов, организация общественных слушаний в социальных сетях, использование краудсорсинга для сбора идей
- Г) Активное использование социальных сетей, создание креативного контента, акцент на инновациях и возможностях для развития
- Д) Организация фестивалей, ярмарок и других мероприятий, направленных на создание позитивной атмосферы и привлечение посетителей в центр города

Запишите выбранные буквы под соответствующими цифрами:

Правильный ответ:

1	2	3	4
В	А	Г	Б

Компетенции (индикаторы): ПК-1

Задания закрытого типа на установление правильной последовательности

Установите правильную последовательность.

Запишите правильную последовательность букв слева направо.

1. Установите правильную последовательность шагов в процессе территориально-пространственного развития города, используя системный подход.

А) сбор информации из различных источников (демографические данные, социальные и экономические характеристики, экологическая ситуация)

Б) анализ взаимосвязей между различными факторами: экономика, экология, транспортная инфраструктура, социальные потребности

В) разработка возможных решений с учётом синтеза информации и прогнозирования будущих потребностей города

Г) оценка возможных рисков и выявление проблемных зон, влияющих на устойчивое развитие города

Д) применение решения и его внедрение в городское планирование с учётом всех факторов

Правильный ответ: А, Б, Г, В, Д

Компетенции (индикаторы): УК-1

2. Установите правильную последовательность разработки маркетинговой стратегии для привлечения инвесторов в проект реновации исторического центра города:

А) разработка комплекса маркетинговых мероприятий (реклама, PR, участие в выставках)

Б) анализ целевой аудитории инвесторов (их потребностей, интересов, мотиваций)

В) определение целей маркетинговой стратегии (какое количество инвестиций нужно привлечь, в какие сроки)

Г) оценка конкурентных преимуществ реновируемого района (уникальность архитектуры, расположение, история)

Правильный ответ: В, Б, Г, А

Компетенции (индикаторы): ПК-1

3. Установите правильную последовательность действий при проведении маркетингового исследования для определения потребностей жителей в новых общественных пространствах:

А) анализ собранных данных и выявление основных потребностей жителей

Б) разработка анкеты для опроса жителей

В) определение целевой аудитории исследования

Г) проведение опроса жителей

Правильный ответ: В, Б, Г, А

Компетенции (индикаторы): ПК-1

Задания открытого типа

Задания открытого типа на дополнение

Напишите пропущенное слово (словосочетание).

1. При применении системного подхода к анализу градостроительной ситуации необходимо учитывать _____ взаимосвязи между различными элементами городской среды (например, транспорт, жилье, экология).

Правильный ответ: комплексные/сложные

Компетенции (индикаторы): УК-1

2. Для привлечения квалифицированных кадров необходимо создавать комфортную _____ среду в городе.

Правильный ответ: городскую

Компетенции (индикаторы): ПК-1

3. Важным элементом маркетинга территории является создание позитивного _____ города в СМИ.

Правильный ответ: имиджа

Компетенции (индикаторы): ПК-1

Задания открытого типа с кратким свободным ответом

Дайте ответ на вопрос:

1. Какой подход требует учета взаимосвязей между различными элементами городской среды?

Правильный ответ: Системный подход.

Компетенции (индикаторы): УК-1

2. Что такое территориальный брендинг?

Правильный ответ: Создание уникального имиджа территории.

Компетенции (индикаторы): ПК-1

3. Что такое “зеленый маркетинг” в продвижении города и какие преимущества он дает?

Правильный ответ: Продвижение города как экологически чистого и устойчивого.

Компетенции (индикаторы): ПК-1

Задания открытого типа с развернутым ответом

1. Какие маркетинговые инструменты могут быть применены для повышения привлекательности города как места для жизни и работы, особенно для молодых специалистов и семей с детьми?

Время выполнения — 15 мин.

Ожидаемый ответ: Инструменты маркетинга:

1. Онлайн-маркетинг: создание привлекательного веб-сайта города с информацией о возможностях для жизни, работы, образования, отдыха; продвижение через социальные сети; контент-маркетинг (публикация статей, видео, фото); таргетированная реклама; SEO-оптимизация.
2. PR: установление контактов со СМИ; распространение пресс-релизов; организация пресс-конференций; создание положительного имиджа города; онлайн-туры по городу.
3. Событийный маркетинг: организация фестивалей, спортивных соревнований, культурных мероприятий; привлечение известных личностей.
4. Прямой маркетинг: рассылка информационных материалов выпускникам вузов; участие в ярмарках вакансий.
5. Программы поддержки: предоставление льгот на жилье; помощь в трудоустройстве; поддержка молодых семей.
6. Партизанский маркетинг: креативные рекламные акции, привлекающие внимание к городу; использование нестандартных маркетинговых инструментов.

Критерии оценивания: наличие в ответе не менее трех компонентов среди перечисленных вариантов: «онлайн-маркетинг», «PR», «событийный маркетинг», «прямой маркетинг», «программы поддержки», «партизанский маркетинг».

Компетенции (индикаторы): ПК-1

2. Опишите, как можно использовать данные о поведении горожан, полученные с помощью мобильных приложений и других цифровых инструментов, для оптимизации городской среды

Время выполнения — 15 мин.

Ожидаемый ответ: Применение данных для оптимизации городской среды:

1. Транспорт: анализ маршрутов передвижения для оптимизации работы общественного транспорта; выявление “узких” мест на дорогах для улучшения организации дорожного движения; оптимизация работы светофоров; планирование новых маршрутов общественного транспорта.
2. Инфраструктура: определение наиболее посещаемых мест для размещения новых объектов инфраструктуры (парки, скверы, спортивные площадки); оптимизация размещения торговых точек и предприятий сферы услуг; выявление зон с повышенной потребностью в социальных услугах (детские сады, школы, поликлиники).
3. Безопасность: анализ данных о преступности для улучшения работы правоохранительных органов; выявление опасных участков дорог для повышения безопасности дорожного движения; оптимизация размещения камер видеонаблюдения.
4. Экология: мониторинг загрязнения воздуха и воды для принятия мер по улучшению экологической обстановки; анализ потребления энергии и воды для разработки программ по ресурсосбережению.

5. Управление отходами: оптимизация маршрутов сбора мусора; выявление районов с повышенным образованием отходов; разработка программ по разделному сбору мусора.

6. Городское планирование: анализ данных о потребностях и предпочтениях горожан для разработки новых проектов развития города; оценка эффективности существующих проектов.

Критерии оценивания: наличие в ответе не менее трех компонентов среди перечисленных вариантов: «транспорт», «инфраструктура», «безопасность», «экология», «управление отходами», «городское планирование».

Компетенции (индикаторы): ПК-1

Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Основы территориально-пространственного развития городов» соответствует требованиям ФГОС ВО.

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной образовательной программы по направлению подготовки 08.03.01 Строительство.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения представлены в полном объеме.

Виды оценочных средств, включенные в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

Разработанный и представленный для экспертизы фонд оценочных средств рекомендуется к использованию в процессе подготовки бакалавров, по указанному направлению.

Председатель учебно-методической
комиссии института строительства,
архитектуры и жилищно-
коммунального хозяйства



Ремень В.И.

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобренны изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)