

**Аннотация рабочей программы дисциплины  
«Управление конкурентоспособностью территорий»**

для направления подготовки: 38.03.04 Государственное и муниципальное управление  
**Направленность (профиль) образовательной программы «Система государственного и муниципального управления»**

**1. Цель и задачи освоения дисциплины**

Цель дисциплины: формирование у студентов теоретических знаний в области маркетинга территорий, рассмотрении роли территориального маркетинга в сфере государственного и муниципального управления и применение маркетинга территорий на практике с целью повышения эффективности управления территориями.

Задачи дисциплины:

- знать общие основы управления территорией с позиции территориального маркетинга;
- координировать усилия всех субъектов маркетинга территорий;
- выбирать наиболее оптимальные процессы и методы управления по развитию инструментов комплекса маркетинга территорий;
- разрабатывать и применять необходимые механизмы для решения конкретных задач в области сегментации рынка и позиционирования территории;
- выявлять и развивать конкурентные преимущества территории.

**2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

**2.1. Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения**

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
ПК-2 Способен принимать участие в подготовке информационно-аналитических материалов по вопросам социально-экономического развития общества и деятельности органов власти (докладов, отчётов, рекомендаций, записок и др.)	ИД – 1 ПК-2 Знать: алгоритм подготовки информационно-аналитических материалов по вопросам социально-экономического развития общества и деятельности органов власти (докладов, отчётов, рекомендаций, записок и др.); ИД – 2 ПК-2 Уметь: применять алгоритм подготовки информационно-аналитических материалов по вопросам социально-экономического развития общества и деятельности органов власти (докладов, отчётов, рекомендаций, записок и др.) в профессиональной деятельности; ИД – 3 ПК-2 Владеть: навыками подготовки информационно-аналитических материалов по вопросам социально-экономического развития общества и деятельности органов власти (докладов, отчётов, рекомендаций, записок и др.) в профессиональной деятельности;
ПК-3 Способен применять адекватные современные методы исследования, интерпретировать результаты исследований и использовать их в профессиональной деятельности.	ИД – 1 ПК-3 Знать: методы исследования экономических явлений и процессов; ИД – 2 ПК-3 Уметь: анализировать во взаимосвязи экономические явления и процессы; интерпретировать результаты исследований и использовать их в профессиональной деятельности; ИД – 3 ПК-3 Владеть: методами исследования

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
	экономических явлений и процессов; навыками интерпретации результатов исследований и использования их в профессиональной деятельности.
ПК-5 Способен применять адекватные подходы к управлению социально-экономическими процессами	ИД – 1 ПК-5 Знать: основные подходы к управлению социально-экономическими процессами; ИД – 2 ПК-5 Уметь: применять адекватные подходы к управлению социально-экономическими процессами; ИД – 3 ПК-5 Владеть: навыками практического использования адекватных подходов к управлению социально-экономическими процессами.

### 3. Содержание дисциплины

Оценка конкурентоспособности на микроуровне

Оценка конкурентоспособности на мезо- и макроуровне

Формирование конкурентной среды в регионе

Осуществление проектов с участием иностранных инвесторов и их влияние на конкурентоспособность страны

Стратегии достижения конкурентоспособности территории

Концепции управления, влияющие на конкурентоспособность

Человеческий ресурс повышения конкурентоспособности

Основы маркетинга территорий: сущность, принципы и субъекты

Территория как объект управления

Инструменты маркетинга территорий

Стратегии маркетинга территории, их цели и интересы

Брендинг территории

Формирование привлекательного имиджа территории

Система коммуникаций в маркетинге территорий

Конкурентоспособность территории