

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. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины:

сформировать у студентов научный подход к постановке и практическому решению проблем повышения уровня конкурентоспособности территорий.

Задачи изучения дисциплины:

- * изучить теоретические основы конкурентоспособности территорий;
- * раскрыть сущность и методы оценки конкурентоспособности территорий;
- * рассмотреть основные формы и методы обеспечения процесса управления конкурентоспособностью на уровне региональной экономики.

Данная дисциплина является важной для специалистов в области государственного и муниципального управления, а также для экономистов, исследователей и предпринимателей, работающих в сфере анализа и развития региональной экономики.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и индикаторы их достижения

2.1 Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
ПК-3 Способен осуществлять маркетинговый анализ территории, организовывать продвижение территориальных продуктов, использовать современные методы, технологии и инструменты повышения конкурентоспособности территории	ИД-1ПК-3 Знать: общие основы управления территорией с позиции территориального маркетинга; механизмы сегментации рынка и позиционирования территории, эффективной коммуникации и позитивного влияния на общественное поведение; методы, технологии и инструменты повышения конкурентоспособности территории; механизмы формирования и продвижения имиджа территории, особенности брендинга в государственном секторе; ИД-2ПК-3 Уметь: осуществлять маркетинговый анализ территории; выявлять и анализировать мотивы выбора территории и критерии предпочтения территории для разных групп потребителей; выявлять и развивать конкурентные преимущества территории; применять необходимые механизмы для формирования и продвижения имиджа территории; разрабатывать маркетинговый план и применять необходимые механизмы для его реализации; особенности маркетинга территории страны, региона, муниципального образования; ИД-3ПК-3 Владеть: навыками планирования социально-экономического развития территории, формирования и улучшения имиджа территории, ее престижа, деловой и социальной конкурентоспособности; вовлечения бизнеса и

	общественности в процесс развития территории, методиками создания брендов территорий и объектов.
--	--

3. Содержание дисциплины

Сущность конкурентоспособности

территории как предмета исследования. Составляющие и факторы конкурентоспособности территорий . Стадии развития конкурентоспособности территорий. Методики оценки конкурентоспособности территории. Конкурентные преимущества территории: стратегический подход. Механизм и инструменты управления конкурентоспособностью территорий. Основные направления повышения конкурентоспособности территории. Конкурентоспособность Амурской области.