

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины «Стратегическое развитие региона»

Направление подготовки (специальность) 38.03.04 – Государственное и муниципальное управление

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель дисциплины

Ознакомление обучающихся с базовыми основами, современной теорией и передовыми технологиями стратегического управления, связанными с региональных органов управления.

1.2. Задачи освоения дисциплины

Основные задачи дисциплины «Стратегическое развитие региона»:

- комплексное изучение стратегического управления, теоретическое осмысление его сущности и функций;
- изучение факторов и практических методов, обеспечивающих высокую экономическую и социальную эффективность регионального управления;
- изучение инструментов и методов стратегического анализа и построения стратегии региона

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Дисциплина «Стратегическое развитие региона» относится к вариативной части учебного плана.

Изучение дисциплины «Стратегическое развитие региона» требует основных знаний, умений и компетенций студента по курсам «Система государственного и муниципального управления», «Государственные и муниципальные финансы», «Государственный и муниципальный менеджмент».

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины «Государственные и муниципальные финансы» направлен на формирование у обучающегося следующих компетенций:

общекультурные компетенции:

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);

- общепрофессиональные компетенции:

- способностью находить организационно-управленческие решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых (ОПК-2)

- профессиональные компетенции:

- способностью участвовать в разработке и реализации проектов в области государственного и муниципального управления (ПК-27)

В результате изучения дисциплины студент должен

Знать:

- цели, задачи стратегического развития региона;
- методологические основы и практику стратегического управления регионом как комплексного подхода к управлению территорией с учетом и реализацией интересов: населения территории ; предпринимателей; туристов; инвесторов.

Уметь:

- профессионально вести маркетинговую, коммерческую, аналитическую работу в подразделениях органов государственного и муниципального управления;
- представлять руководству обоснованные рекомендации по вопросам производственно-хозяйственной деятельности, потребностям по конкретным товарам и услугам на основе анализа результатов стратегических исследований и выбора целевых сегментов;

Владеть:

- методами анализа поведения потребителей;
- методами анализа конкурентной среды;
- методами разработки, реализации и оценки программ развития;
- методами поиска, сбора, систематизации, анализа и использования вторичной и первичной информации

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1	Маркетинг территории как современная стратегия развития региона	Предпосылки внедрения маркетинга в систему государственного управления Факторы, за которые конкурируют территории. Классификация целевых групп «потребителей территорий», их цели и интересы. Субъекты, осуществляющие продвижение территорий.
2	Маркетинг региона	Что такое маркетинг региона. Целевые рынки покупателей услуг территории. Позиционирование региональных товаров, регионов и стратегические решения. Инструменты оценки регионов.. Как создавать бренд региона. Ребрендинг регионов. Интернет-маркетинг регионов. Маркетинговый анализ

		и планирование социально-экономического развития регионов. Межрегиональное взаимодействие. Региональная служба маркетинга.
3	Имидж региона	Формирование имиджа территории. Участие территории в реализации программ. Привлечение внешних заказов. Реализация внешних ресурсов. Стимулирование приобретения и использования собственных ресурсов. Положительный имидж. Слабо выраженный имидж. Излишне традиционный имидж. Противоречивый имидж. Смешанный имидж. Негативный образ. Маркетинг привлекательности. Маркетинг инфраструктуры. Маркетинг населения.
4	Стратегическое планирование социально-экономического развития региона	Ключевые вопросы стратегического планирования экономического развития. Элементы стратегического плана. Типовой макет программы стратегического развития региона. Зарубежный опыт стратегического планирования развития локальных территориальных образований и отдельных регионов.
5	Выбор стратегии.	Анализ региона. Определение приоритетов, критериев и показателей оценки эффективности вариантов стратегии. Выбор целевых аудиторий. Проектирование устойчивых конкурентных преимуществ. Формирование вспомогательных стратегий. Планирование этапов развития. Представление и обсуждение проектов маркетинговой стратегии территории. Оценка эффективности проектов стратегий.