

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
д.э.н., доц. Бубнов В.А



25.06.2021г.

Рабочая программа дисциплины
Б1.У.3. Конкурентоспособность и брендинг территории

Направление подготовки: 38.04.04 Государственное и муниципальное
управление

Направленность (профиль): Система государственного и муниципального
управления

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очная, заочная

	Очная ФО	Заочная ФО
Курс	2	2
Семестр	22	22
Лекции (час)	0	14
Практические (сем, лаб.) занятия (час)	14	0
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам (час)	130	130
Курсовая работа (час)		
Всего часов	144	144
Зачет (семестр)	22	22
Экзамен (семестр)		

Иркутск 2021

Программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению 38.04.04
Государственное и муниципальное управление.

Автор М.В. Вихорева

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры
государственного управления и управления человеческими ресурсами

Заведующий кафедрой Б.Ж. Тагаров

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2022

1. Цели изучения дисциплины

Целями освоения дисциплины являются:

- формирование у студентов современного представления о маркетинговой деятельности и возможностях развития территории на основе маркетингового подхода;
- обретение практических умений и навыков будущего специалиста по направлению «Государственное и муниципальное управление».

Задачами освоения дисциплины являются:

- изучений концепций маркетинга применительно к территориям;
- освоение основ формирования и повышения конкурентоспособности территорий;
- использование методологии позиционирования и брендинга территорий для организации деятельности по обеспечению конкурентоспособности территорий
- изучение структур по управлению маркетингом территорий и возможностей программно-целевого подхода в рамках маркетинга территорий;
- формирование представлений об особенностях маркетинга у территорий разного уровня.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции по ФГОС ВО	Компетенция
ПК-2	Способен применять модели, технологии и инструменты территориального развития, вырабатывать стратегические направления экономического, социального, пространственного развития территорий, организовывать деятельность по обеспечению конкурентоспособности территорий

Структура компетенции

Компетенция	Формируемые ЗУНы
ПК-2 Способен применять модели, технологии и инструменты территориального развития, вырабатывать стратегические направления экономического, социального, пространственного развития территорий, организовывать деятельность по обеспечению конкурентоспособности территорий	З. Знать подходы к обеспечению конкурентоспособности территорий У. Уметь организовывать деятельность по обеспечению конкурентоспособности территорий Н. Владеть навыками разработки решений по обеспечению конкурентоспособности территорий

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ): Часть, формируемая участниками образовательных отношений.

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с

преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. ед., 144 часов.

Вид учебной работы	Количество часов (очная ФО)	Количество часов (заочная ФО)
Контактная(аудиторная) работа		
Лекции	0	14
Практические (сем, лаб.) занятия	14	0
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам	130	130
Всего часов	144	144

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Содержание разделов дисциплины

Заочная форма обучения

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
1	Конкурентоспособность территории . Концепция маркетинг-микс территории.	22	4	0	30		Эссе
2	Конкурентная стратегия территории и стратегии роста	22	4	0	30		Индивидуальное практическое задание по теме 2
3	Методология позиционирования территорий	22	2	0	40		Индивидуальное практическое задание по темам 3 и 4
4	Бренд-стратегии территорий и городов	22	4	0	30		Тест по всем темам
	ИТОГО		14		130		

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
1	Конкурентоспособность территории . Концепция маркетинг-микс территории.	22		4	30		Эссе
2	Конкурентная стратегия территории и стратегии роста	22		4	30		Индивидуальное практическое задание по теме 2
3	Методология позиционирования	22		2	40		Индивидуальное практическое

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лабора- т. Практич.	Само- стоят. раб.	В интера- ктивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
	территорий						задание по темам 3 и 4
4	Бренд-стратегии территорий и городов	22		4	30		Тест по всем темам
	ИТОГО			14	130		

5.2. Лекционные занятия, их содержание

5.3. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
1	Конкурентоспособность территории . Концепция маркетинг-микс территории.. Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний. С элементами дискуссии
1	Конкурентоспособность территории. Концепция маркетинг-микс территории.. Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний. С элементами дискуссии
2	Конкурентная стратегия территории и стратегии роста. Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний. С элементами дискуссии
2	Конкурентная стратегия территории и стратегии роста. Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний. С элементами дискуссии
3	Методология позиционирования территорий. Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний. С элементами дискуссии
4	Бренд-стратегии территорий и городов. Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний. С элементами дискуссии
4	Бренд-стратегии территорий и городов. Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний. Презентация проектов

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (полный текст приведен в приложении к рабочей программе)

6.1. Текущий контроль

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
1	1. Конкурентоспособность территории . Концепция маркетинг-микс	ПК-2	З.Знать подходы к обеспечению конкурентоспособности территорий У.Уметь организовывать	Эссе	своевременность - 2 балла, соблюдение требований по оформлению - 3 балла, авторский

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
	территории.		деятельность по обеспечению конкурентоспособности и территорий		подход - 5 баллов, раскрытие темы - 10 баллов. Итого 20 баллов (20)
2	2. Конкурентная стратегия территории и стратегии роста	ПК-2	З.Знать подходы к обеспечению конкурентоспособности и территорий У.Уметь организовывать деятельность по обеспечению конкурентоспособности и территорий Н.Владеть навыками разработки решений по обеспечению конкурентоспособности и территорий	Индивидуальное практическое задание по теме 2	своевременность выполнения - 2 балла, полный и правильный ответ на задание 1 - 5 баллов, полный и правильный ответ на задание 2 - 5 баллов, полный и правильный ответ на задание 3 - 5 баллов, ответы на вопросы по презентации - 5 баллов, оформление презентации 3 балла. (25)
3	3. Методология позиционирования территорий	ПК-2	З.Знать подходы к обеспечению конкурентоспособности и территорий У.Уметь организовывать деятельность по обеспечению конкурентоспособности и территорий Н.Владеть навыками разработки решений по обеспечению конкурентоспособности и территорий	Индивидуальное практическое задание по темам 3 и 4	своевременность выполнения - 2 балла, полный и правильный ответ на задание а) - 3 балла, полный и правильный ответ на задание б) - 3 балла, полный и правильный ответ на задание в) - 3 балла, своевременность выполнения - 2 балла, полный и правильный ответ на задание 1 - 5 баллов, полный и правильный ответ на задание 2 - 5 баллов, полный и правильный

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п))	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
					ответ на задание г) - 3 балла, полный и правильный ответ на задание д) - 3 балла, полный и правильный ответ на задание е) - 3 балла, ответы на вопросы по презентации - 4 балла, оформление презентации 3 балла. (25)
4	4. Бренд-стратегии территорий и городов	ПК-2	З.Знать подходы к обеспечению конкурентоспособности территорий	Тест по всем темам	Тест из 20 вопросов. каждый правильный ответ - 1,5 балла (30)
				Итого	100

6.2. Промежуточный контроль (зачет, экзамен)

Рабочим учебным планом предусмотрен Зачет в семестре 22.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ЗНАНИЙ:

1-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Тест/проверка знаний. Критерий: Тест из 15 вопросов, за каждый правильный ответ 2 балла.

Компетенция: ПК-2 Способен применять модели, технологии и инструменты территориального развития, выработать стратегические направления экономического, социального, пространственного развития территорий, организовывать деятельность по обеспечению конкурентоспособности территорий

Знание: Знать подходы к обеспечению конкурентоспособности территорий

1. брендинга.
2. Городской, экологический, пляжный, событийный туризм.
3. городскую среду и коммуникации.
4. Инструменты и этапы разработки и механизмы внедрения бренда в
5. коммуникаций в туристическом брендинге.
6. Концепция позиционирования территории.
7. Маркетинговые среды территории: внутренняя и внешняя.

8. Международные деловые мероприятия и форумы.
9. Методология брендинга территорий, вовлечение жителей территории и
10. Направления брендинга территорий: туристический, глобальный брендинг.
11. национальный брендинг.
12. определения.
13. Основные виды брендинга территорий: городской, региональный, страновой и
14. Основные инструменты территориального брендинга в сфере B2B и B2C.
15. Основные понятия в брендинге и территориальном брендинге, основные
16. Основные стратегии и функции ребрендинга территории, изменение
17. Особенности и отличия территориального брендинга от корпоративного
18. Особенности управления территориальным брендом.
19. представлений и имиджа территории.
20. Продвижение бренда.
21. Работа с местными достопримечательностями.
22. Работа с рациональными и иррациональными (эмоциональными) каналами
23. Стратегии маркетинга территорий.
24. Сущность и разновидности территориального маркетинга.
25. Сущность отдельных средств (инструментов) территориального маркетинга:
26. территориального продукта, продвижение территориального продукта.
27. Территориальный бренд как инструмент инвестиционной привлекательности и бизнес коммуникаций территории.
28. Территориальный маркетинг как фактор государственного и муниципального
29. территориальный продукт, цена территориального продукта, локализация
30. Туристический брендинг стран как инструмент привлечения туристов
31. управления.
32. формирование лояльности населения к бренду.

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УМЕНИЙ:

2-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на умение. Критерий: Критерии оценки: учет теоретических аспектов при выполнении задания - 15 баллов, уровень практической реализации - 15 баллов.

Компетенция: ПК-2 Способен применять модели, технологии и инструменты территориального развития, вырабатывать стратегические направления экономического, социального, пространственного развития территорий, организовывать деятельность по обеспечению конкурентоспособности территорий

Умение: Уметь организовывать деятельность по обеспечению конкурентоспособности территорий

Задача № 1. Задание на обоснование стадии конкурентоспособности территории

Задача № 2. Задание на составление матрицы "Торва-рынок" для территории

Задача № 3. Задание на составление ромба конкурентоспособности территории

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ НАВЫКОВ:

3-й вопрос билета (40 баллов), вид вопроса: Задание на навыки. Критерий: Критерии оценки: способность выработать решение - 10 баллов, обоснование решения - 15 баллов, описание субъектных позиций - 15 баллов.

Компетенция: ПК-2 Способен применять модели, технологии и инструменты территориального развития, вырабатывать стратегические направления экономического, социального, пространственного развития территорий, организовывать деятельность по обеспечению конкурентоспособности территорий

Навык: Владеть навыками разработки решений по обеспечению конкурентоспособности территорий

Задание № 1. Задание на организацию деятельности по обеспечению конкурентоспособности территории

Задание № 2. Задание на подбор конкурентной стратегии для территории

Задание № 3. Задание на формирование бренд-стратегии территории

ОБРАЗЕЦ БИЛЕТА

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение
высшего образования
**«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «БГУ»)**

Направление - 38.04.04 Государственное
и муниципальное управление
Профиль - Система государственного и
муниципального управления
Кафедра государственного управления и
управления человеческими ресурсами
Дисциплина - Конкурентоспособность и
брендинг территории

БИЛЕТ № 1

1. Тест (30 баллов).
2. Задание на обоснование стадии конкурентоспособности территории (30 баллов).
3. Задание на организацию деятельности по обеспечению конкурентоспособности территории (40 баллов).

Составитель _____ М.В. Вихорева

Заведующий кафедрой _____ Б.Ж. Тагаров

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

а) основная литература:

1. Визгалов Д. В. Бренддинг города. [монография]/ Денис Визгалов.- М.: Фонд "Ин-т экономики города", 2011.-157 с.
2. Портер М. Е., Porter M. E, Минервин И. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов. Competitive Strategy: Technigues for Analyzing Industries and Competitors. Competitive Strategy: Technigues for Analyzing Industries and Competitors. 3-е изд./ Майкл Е. Портер.- М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.-453 с.
3. Растворцева С. Н., Гринева Н. А. Конкурентоспособность региона в условиях глобализации. учеб. пособие/ С. Н. Растворцева, Н. А. Гринева.- Белгород: КОНСТАНТА, 2014.-186 с.
4. Мазилкина Е. И., Паничкина Г. Г. Управление конкурентоспособностью. учеб. пособие/ Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина.- М.: ОМЕГА-Л, 2007.-325 с.
5. [Арженовский И.В.Маркетинг регионов учебное пособие / И.В. Арженовский. М.: ЮНИТИ-Дана. 2015. \[Электронный ресурс\] Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/52497.html](http://www.iprbookshop.ru/52497.html)
6. [Грошев И.В. Системный бренд-менеджмент \[Электронный ресурс\]: учебник/ И.В. Грошев, А.А. Краснослободцев— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 656 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/10509.html](http://www.iprbookshop.ru/10509.html)

б) дополнительная литература:

1. Зазулев А., Нестерова Ю. Брендинг в схемах. Модели брендинга: классификация и краткая характеристика/ А. Зазулев, Ю. Нестерова// N 10., С. 9-16, 2006, ч.з 2-202
2. Айгинин А. А., Понявин А. В. Вопросы оценки некоммерческого бренда/ А. А. Айгинин, А. В. Понявин// Номер журнала, № 2, С. 116-127, 2011, ч.з 2-202
3. Портер М., Калинина Е. Конкурентное преимущество. как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. Competitive Advantage. 3-е изд./ М. Портер.- М.: Альпина Бизнес Букс, 2008.-715 с.
4. Визгалов Д. В. Маркетинг города: практики в поисках теории/ Д. В. Визгалов// Маркетинг в России и за рубежом.
5. Маркетинг для государственных и общественных организаций. Marketing in the Public Sector. пер. с англ./ Филип Котлер, Нэнси Ли.- СПб.: Питер, 2008.-377 с.
6. [Майкл Портер Международная конкуренция \[Электронный ресурс\]: конкурентные преимущества стран/ Портер Майкл— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2017.— 948 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/58559.html](http://www.iprbookshop.ru/58559.html)
7. [Соколова Н.Г. Исследование и совершенствование методики формирования бренда города \[Электронный ресурс\]: монография/ Н.Г. Соколова, Л.С. Опалева— Электрон. текстовые данные.— Саарбрюккен: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2014.— 101 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/54499.html](http://www.iprbookshop.ru/54499.html)

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля), включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Для освоения дисциплины обучающемуся необходимы следующие ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- Сайт Байкальского государственного университета, адрес доступа: <http://bgu.ru/>, доступ круглосуточный неограниченный из любой точки Интернет
- Университетская библиотека онлайн, адрес доступа: <http://www.biblioclub.ru/>. доступ круглосуточный неограниченный из любой точки Интернет при условии регистрации в БГУ
- Электронный журнал "Регион: экономика и социология", адрес доступа: <http://www.recis.ru>. доступ неограниченный
- Электронный научный журнал "Региональная экономика и управление", адрес доступа: <http://www.eee-region.ru>. доступ неограниченный

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Изучать дисциплину рекомендуется в соответствии с той последовательностью, которая обозначена в ее содержании. Для успешного освоения курса обучающиеся должны иметь первоначальные знания в области общественного развития и управления им.

Практические (семинарские) занятия требуют самостоятельной теоретической подготовки. Задание на практическое (семинарское) занятие сообщается обучающимся до его проведения. На семинаре преподаватель организует обсуждение этой темы, выступая в качестве организатора, консультанта и эксперта учебно-познавательной деятельности обучающегося.

Изучение дисциплины (модуля) включает самостоятельную работу обучающегося.

Основными видами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются:

- текущие консультации;
- прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий).

Основными видами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются:

- формирование и усвоение знаний на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);
- самостоятельное изучение отдельных тем или вопросов по учебникам или учебным пособиям;
- написание рефератов, докладов;
- подготовка к семинарам;
- выполнение домашних заданий в виде индивидуальных работ по отдельным разделам содержания дисциплин и др.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

В учебном процессе используется следующее программное обеспечение:

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):

В учебном процессе используется следующее оборудование: