

Приложение 1 к РПД Брендинг городов и регионов
38.03.04 Государственное и муниципальное управление
Направленность (профиль) – Региональное и муниципальное управление
Форма обучения – очная
Год набора - 2016

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

1.	Кафедра	Экономики, управления и социологии
2.	Направление подготовки	38.03.04 Государственное и муниципальное управление
3.	Направленность (профиль)	Региональное и муниципальное управление
4.	Дисциплина (модуль)	Брендинг городов и регионов
5.	Форма обучения	очная
6.	Год набора	2016

1. Методические рекомендации.

Приступая к изучению дисциплины, обучающемуся необходимо внимательно ознакомиться с тематическим планом занятий, списком рекомендованной литературы. Следует уяснить последовательность выполнения индивидуальных учебных заданий. Самостоятельная работа обучающегося предполагает работу с научной и учебной литературой, умение создавать тексты. Уровень и глубина усвоения дисциплины зависят от активной и систематической работы на лекциях, изучения рекомендованной литературы, выполнения контрольных письменных заданий.

При изучении дисциплины, обучающиеся выполняют следующие задания:

- изучают рекомендованную научно-практическую и учебную литературу;
- выполняют задания, предусмотренные для самостоятельной работы.

Основными видами аудиторной работы обучающихся являются лекции и практические / семинарские занятия.

Качество учебной работы обучающихся преподаватель оценивает с использованием технологической карты дисциплины, размещенной на сайте МАГУ.

1.1. Методические рекомендации по организации работы обучающихся во время проведения лекционных занятий.

В ходе лекций преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации на семинарское занятие и указания на самостоятельную работу.

Знакомство с дисциплиной происходит уже на первой лекции, где от обучающегося требуется не просто внимание, но и самостоятельное оформление конспекта. При работе с конспектом лекций необходимо учитывать тот фактор, что одни лекции дают ответы на конкретные вопросы темы, другие – лишь выявляют взаимосвязи между явлениями, помогая обучающемуся понять глубинные процессы развития изучаемого предмета как в истории, так и в настоящее время.

Конспектирование лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы, предполагающий интенсивную умственную деятельность обучающегося. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Целесообразно вначале понять основную мысль, излагаемую лектором, а затем записать ее. Желательно запись осуществлять на одной странице листа или

оставляя поля, на которых позднее, при самостоятельной работе с конспектом, можно сделать дополнительные записи, отметить непонятные места.

Конспект лекции лучше подразделять на пункты, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать вопросы плана лекции, предложенные преподавателям. Следует обращать внимание на акценты, выводы, которые делает лектор, отмечая наиболее важные моменты в лекционном материале замечаниями «важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек, подчеркивая термины и определения.

Целесообразно разработать собственную систему сокращений, аббревиатур и символов. Однако при дальнейшей работе с конспектом символы лучше заменить обычными словами для быстрого зрительного восприятия текста.

Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть теоретическим материалом.

1.2. Методические рекомендации по подготовке к семинарским (практическим занятиям)

Подготовку к каждому практическому занятию обучающийся должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме. Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Результат такой работы должен проявиться в способности обучающегося свободно ответить на теоретические вопросы практикума, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающимся необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной литературы. При всей полноте конспектирования лекции в ней невозможно изложить весь материал из-за лимита аудиторных часов. Поэтому самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной литературой, материалами периодических изданий и Интернета является наиболее эффективным методом получения дополнительных знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Семинарские занятия завершают изучение наиболее важных тем учебной дисциплины. Они служат для закрепления изученного материала, развития умений и навыков подготовки докладов, сообщений, приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, аргументации и защиты выдвигаемых положений, а также для контроля преподавателем степени подготовленности обучающихся по изучаемой дисциплине.

Семинар предполагает свободный обмен мнениями по избранной тематике. Он начинается со вступительного слова преподавателя, формулирующего цель занятия и характеризующего его основную проблематику. Затем, как правило, заслушиваются сообщения обучающихся. Обсуждение сообщения совмещается с рассмотрением намеченных вопросов. Сообщения, предполагающие анализ публикаций по отдельным вопросам семинара, заслушиваются обычно в середине занятия. Поощряется выдвижение и обсуждение альтернативных мнений. В заключительном слове преподаватель подводит итоги обсуждения и объявляет оценки выступавшим обучающимся. В целях контроля

подготовленности обучающихся и привития им навыков краткого письменного изложения своих мыслей преподаватель в ходе семинарских занятий может осуществлять текущий контроль знаний в виде тестовых заданий.

При подготовке к семинару обучающиеся имеют возможность воспользоваться консультациями преподавателя. Кроме указанных тем обучающиеся вправе, по согласованию с преподавателем, избирать и другие интересующие их темы.

Качество учебной работы обучающихся преподаватель оценивает с использованием технологической карты дисциплины, размещенной на сайте МАГУ.

1.3. Методические рекомендации по работе с литературой.

Работу с литературой целесообразно начать с изучения общих работ по теме, а также учебников и учебных пособий. Далее рекомендуется перейти к анализу монографий и статей, рассматривающих отдельные аспекты проблем, изучаемых в рамках курса, а также официальных материалов и неопубликованных документов (научно-исследовательские работы, диссертации), в которых могут содержаться основные вопросы изучаемой проблемы.

Работу с источниками надо начинать с ознакомительного чтения, т.е. просмотреть текст, выделяя его структурные единицы. При ознакомительном чтении закладками отмечаются те страницы, которые требуют более внимательного изучения.

В зависимости от результатов ознакомительного чтения выбирается дальнейший способ работы с источником. Если для разрешения поставленной задачи требуется изучение некоторых фрагментов текста, то используется метод выборочного чтения. Если в книге нет подробного оглавления, следует обратить внимание ученика на предметные и именные указатели.

Избранные фрагменты или весь текст (если он целиком имеет отношение к теме) требуют вдумчивого, неторопливого чтения с «мысленной проработкой» материала. Такое чтение предполагает выделение: 1) главного в тексте; 2) основных аргументов; 3) выводов. Особое внимание следует обратить на то, вытекает тезис из аргументов или нет.

Необходимо также проанализировать, какие из утверждений автора носят проблематичный, гипотетический характер и уловить скрытые вопросы.

Понятно, что умение таким образом работать с текстом приходит далеко не сразу. Наилучший способ научиться выделять главное в тексте, улавливать проблематичный характер утверждений, давать оценку авторской позиции – это сравнительное чтение, в ходе которого обучающийся знакомится с различными мнениями по одному и тому же вопросу, сравнивает весомость и доказательность аргументов сторон и делает вывод о наибольшей убедительности той или иной позиции.

Если в литературе встречаются разные точки зрения по тому или иному вопросу из-за сложности прошедших событий и правовых явлений, нельзя их отвергать, не разобравшись. При наличии расхождений между авторами необходимо найти рациональное зерно у каждого из них, что позволит глубже усвоить предмет изучения и более критично оценивать изучаемые вопросы. Знакомясь с особыми позициями авторов, нужно определять их схожие суждения, аргументы, выводы, а затем сравнивать их между собой и применять из них ту, которая более убедительна.

Следующим этапом работы с литературными источниками является создание конспектов, фиксирующих основные тезисы и аргументы. Можно делать записи на отдельных листах, которые потом легко систематизировать по отдельным темам изучаемого курса. Другой способ – это ведение тематических тетрадей-конспектов по одной какой-либо теме. Большие специальные работы монографического характера целесообразно конспектировать в отдельных тетрадях. Здесь важно вспомнить, что конспекты пишутся на одной стороне листа, с полями и достаточным для исправления и ремарок межстрочным расстоянием (эти правила соблюдаются для удобства редактирования). Если в конспектах приводятся цитаты, то непременно должно быть дано указание на источник (автор, название,

выходные данные, № страницы). Впоследствии эта информация может быть использована при написании текста реферата или другого задания.

Таким образом, при работе с источниками и литературой важно уметь:

- сопоставлять, сравнивать, классифицировать, группировать, систематизировать информацию в соответствии с определенной учебной задачей;
- обобщать полученную информацию, оценивать прослушанное и прочитанное;
- фиксировать основное содержание сообщений; формулировать, устно и письменно, основную идею сообщения; составлять план, формулировать тезисы;
- готовить и презентовать развернутые сообщения типа доклада;
- работать в разных режимах (индивидуально, в паре, в группе), взаимодействуя друг с другом;
- пользоваться реферативными и справочными материалами;
- контролировать свои действия и действия своих товарищей, объективно оценивать свои действия;
- обращаться за помощью, дополнительными разъяснениями к преподавателю, другим обучающимся.
- пользоваться лингвистической или контекстуальной догадкой, словарями различного характера, различного рода подсказками, опорами в тексте (ключевые слова, структура текста, предваряющая информация и др.);
- использовать при говорении и письме перифраз, синонимичные средства, слова-описания общих понятий, разъяснения, примеры, толкования, «словотворчество»;
- повторять или перефразировать реплику собеседника в подтверждении понимания его высказывания или вопроса;
- обратиться за помощью к собеседнику (уточнить вопрос, переспросить и др.);
- использовать мимику, жесты (вообще и в тех случаях, когда языковых средств не хватает для выражения тех или иных коммуникативных намерений).

1.4. Методические рекомендации по подготовке к сдаче экзамена

Подготовка к экзамену способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, обучающийся ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На экзамене обучающийся демонстрирует то, что он приобрел в процессе изучения дисциплины.

В условиях применяемой в МАГУ балльно-рейтинговой системы подготовка к экзамену включает в себя самостоятельную и аудиторную работу обучающегося в течение всего периода изучения дисциплины и непосредственную подготовку в дни, предшествующие экзамену по разделам и темам дисциплины.

При подготовке к экзамену обучающимся целесообразно использовать не только материалы лекций, а и рекомендованные преподавателем правовые акты, основную и дополнительную литературу.

При подготовке к промежуточной аттестации целесообразно:

- внимательно изучить перечень вопросов и определить, в каких источниках находятся сведения, необходимые для ответа на них;
- внимательно прочитать рекомендованную литературу;
- составить краткие конспекты ответов (планы ответов).

Качество учебной работы обучающихся преподаватель оценивает с использованием технологической карты дисциплины, размещенной на сайте МАГУ.

1.5. Методические рекомендации по созданию презентации

Алгоритм создания презентации:

- 1 этап – определение цели презентации
- 2 этап – подробное раскрытие информации,
- 3 этап – основные тезисы, выводы.

Следует использовать 10-15 слайдов. При этом:

- первый слайд – титульный. Предназначен для размещения названия презентации, имени докладчика и его контактной информации;
- на втором слайде необходимо разместить содержание презентации, а также краткое описание основных вопросов;
- оставшиеся слайды имеют информативный характер.

Обычно подача информации осуществляется по плану: тезис – аргументация – вывод.

Требования к оформлению и представлению презентации:

1. Читательность (видимость из самых дальних уголков помещения и с различных устройств), текст должен быть набран 24-30-ым шрифтом.
2. Тщательно структурированная информация.
3. Наличие коротких и лаконичных заголовков, маркированных и нумерованных списков.
4. Каждому положению (идее) надо отвести отдельный абзац.
5. Главную идею надо выложить в первой строке абзаца.
6. Использовать табличные формы представления информации (диаграммы, схемы) для иллюстрации важнейших фактов, что даст возможность подать материал компактно и наглядно.
7. Графика должна органично дополнять текст.
8. Выступление с презентацией длится не более 10 минут;

1.6. Методические рекомендации по подготовке доклада

Алгоритм создания доклада:

- 1 этап – определение темы доклада
- 2 этап – определение цели доклада
- 3 этап – подробное раскрытие информации
- 4 этап – формулирование основных тезисов и выводов.

1.7. Методические рекомендации по составлению глоссария

1. Внимательно прочитайте и ознакомьтесь с текстом. Вы встретите в нем много различных терминов, которые имеются по данной теме.

2. После того, как вы определили наиболее часто встречающиеся термины, вы должны составить из них список. Слова в этом списке должны быть расположены в строго алфавитном порядке, так как глоссарий представляет собой не что иное, как словарь специализированных терминов.

3. После этого начинается работа по составлению статей глоссария. Статья глоссария - это определение термина. Она состоит из двух частей: 1. точная формулировка термина в именительном падеже; 2. содержательная часть, объемно раскрывающая смысл данного термина.

При составлении глоссария важно придерживаться следующих правил:

- стремитесь к максимальной точности и достоверности информации;
- старайтесь указывать корректные научные термины и избегать всякого рода жаргонизмов. В случае употребления такового, дайте ему краткое и понятное пояснение;
- излагая несколько точек зрения в статье по поводу спорного вопроса, не принимайте ни одну из указанных позиций. Глоссарий - это всего лишь констатация имеющихся фактов;
- также не забывайте приводить в пример контекст, в котором может употребляться данный термин;

- при желании в глоссарий можно включить не только отдельные слова и термины, но и целые фразы.

2. Планы практических занятий

Тема 1. Основы маркетинга территорий

Цель: определить сущность и содержание маркетинга территорий.

План

1. Субъекты маркетинга территорий.
2. Объекты маркетинга территорий.
3. Комплекс маркетинга территорий.

Литература: [1, с. 8-24]

Вопросы для групповой дискуссии

1. Почему субъектами территориального маркетинга могут выступать как резиденты, так и нерезиденты территории?
2. Как определить комплекс территориального маркетинга?
3. Почему качество территориального управления является одной из характеристик территориального продукта? Приведите примеры.
4. Какие методы ценообразования можно использовать в территориальном маркетинге?
5. Каким образом специфика локализации территориального продукта может повлиять на развитие кооперативных связей и межтерриториальное сотрудничество?
6. Какие психологические процессы лежат в основе мотивации и поведения потребителей в территориальном маркетинге?
7. Приведите примеры референтных групп, способных оказать воздействие на человека при выборе места ведения бизнеса или в случае поиска места постоянного проживания.
8. Как меняются потребности человека и критерии оценки территории по этапам жизненного цикла семьи?
9. Дайте характеристику физического окружения потребительской ситуации в случае первого посещения вашего населенного пункта туристом или человеком, приехавшим в населенный пункт с деловыми целями.
10. Какие этапы можно выделить в процессе принятия человеком решения о выборе территории как места проживания и/или осуществления деятельности?
11. Каким образом можно улучшить территориальный продукт?
12. Каким образом можно привлечь новые группы клиентов территориального продукта? Приведите примеры.

Тема 2. Маркетинговая среда и конкурентоспособность территории

Цель: определить составляющие и методологию анализа маркетинговой среды, выработать инструментарий повышения конкурентоспособности территории.

План

1. Составляющие маркетинговой среды.
2. Составляющие конкурентоспособности территории.

Литература: [1, с. 24-37]

Вопросы для групповой дискуссии

1. Зачем изучают маркетинговую среду территории?
2. Дайте характеристику внутренней среды территории.
3. Почему внешнюю среду территории разделяют на микро- и макроуровень?
4. Какие территории являются территориями-конкурентами вашего региона? Проведите конкурентный анализ.

5. Какие конкурентные преимущества вашего региона являются основными? Как могут развиваться конкурентные преимущества вашего региона во времени?
6. Оцените инвестиционную привлекательность вашего региона. Что следует сделать для повышения инвестиционной привлекательности вашего региона?
7. Составьте примерный перечень характеристик населенного пункта, привлекательного для проживания, посещения, осуществления бизнес-деятельности (по выбору).
8. Какие методы исследования позволят собрать информацию о территориях-конкурентах и в удобной форме представить эту информацию потребителям?
9. Какие конкурентные преимущества территории называются внутренними?
10. Какие конкурентные преимущества территории называются внешними?
11. Может ли территория создавать конкурентные преимущества
12. Может ли качество территориального менеджмента быть конкурентным преимуществом территории? Объясните свою точку зрения.
13. Приведите примеры соперничества территорий за человеческие, финансовые и другие ресурсы.

Тема 3. Уровни и виды маркетинга территорий

Цель: определить специфику различных уровней и видов маркетинга территорий.

План

1. Маркетинг страны.
2. Маркетинг региона.
3. Муниципальный маркетинг.

Литература: [1, с. 39-102]

Вопросы для групповой дискуссии

1. В чем состоит трудность представления территориального продукта страны?
2. Почему локализация страны позволяет проводить оценку специализации и кооперации страны?
3. В чем отличия макро- и микросегментации страны?
4. Приведите примеры дифференциаторов страны первого и второго рода.
5. Можно ли повысить конкурентоспособность страны без повышения конкурентоспособности ее отдельных административно-территориальных единиц? Объясните свою точку зрения
6. Что может рассматриваться как «товарная марка» вашего региона?
7. Какие региональные целевые программы свидетельствуют о выборе приоритетных сегментов в развитии экономики региона? На примере одной целевой программы вашего региона рассмотрите основные направления деятельности, применяемые для решения приоритетных задач.
8. Каким является образ вашего региона по мнению жителей, по мнению гостей с точки зрения проживания и/или осуществления деятельности?
9. Как должен развиваться образ вашего региона? Предложите новый образ вашего региона.
10. Приведите примеры уникальных характеристик своего населенного пункта.
11. С какими поселениями было бы оправдано сотрудничать для развития вашего населенного пункта? Почему?
12. Какие задачи решает зонирование территории города?
13. Приведите примеры инвестиционных площадок в вашем муниципалитете. Какие характеристики инвестиционной площадки наиболее важны для инвестора в каждом случае?
14. Какие интересные, уникальные события, праздники, мероприятия могут привлечь внимание к вашему населенному пункту или муниципальному образованию?
15. Приведите примеры регионов (городов), сумевших найти новые факторы развития.

Тема 4. Маркетинговый анализ территории

Цель: изучить методологию проведения маркетингового анализа территории.

План

1. Маркетинговая информация о территории.
2. Конкурентный анализ территории.
3. PEST-анализ территории.
4. SWOT-анализ территории.
5. Матричные методы анализа территории.

Литература: [1, с. 104-136]

Вопросы для групповой дискуссии

1. Какие каналы получения информации применимы в маркетинге территории?
2. Каким образом можно провести конкурентный анализ территории?
3. Какие индикаторы, индексы и рейтинги можно использовать в маркетинговом анализе территории?

Задания для самостоятельной работы

1. Проведите SWOT-анализ Мурманской области, выявив конкурентные преимущества и слабые места, перспективные возможности и угрозы со стороны внешнего окружения. Результаты анализа сведите в таблицу.
2. Проведите предварительный анализ локальной территории (одного муниципального образования или локальной агломерации), определив перспективные целевые аудитории ресурсов и благ территории.

Тема 5. Брендинг и маркетинговые стратегии территории

Цель: выявить виды и специфику маркетинговых стратегий территорий.

План

1. Арендная плата за пользование муниципальным имуществом.
2. Проблемы взаимоотношений арендодателя и арендатора.

Литература: [1, с. 137-167]

Вопросы для групповой дискуссии:

1. Какие деловые стратегии можно разрабатывать в территориальном маркетинге?
2. Когда целесообразно использование стратегии ценового лидерства в маркетинге территорий?
3. Приведите примеры дифференциации территории первого рода и второго рода.
4. Какие условия необходимо соблюдать для успешной дифференциации?
5. Приведите примеры «жестких» и «мягких» дифференциаторов территории. Почему «мягкие» дифференциаторы территории могут быть значимыми для потребителя?
6. Зачем проводится позиционирование территории?

Задания для самостоятельной работы

Выберете маркетинговую стратегию муниципального образования или локальной агломерации, определив рыночную позицию территории.

Тема 6. Управление продвижением территории

Цель: определить особенности управления продвижением территории.

План

1. Методы продвижения территории
2. Программа продвижения территории

Литература: [1, с. 165-195]

Вопросы для групповой дискуссии:

1. Какие инструменты маркетинговых коммуникаций позволяют осуществлять продвижение территориального продукта?
2. Какие рекомендации следует учитывать при подготовке рекламно-информационных материалов о территории с учетом специфики процессов обработки информации и процесса обучения?