

Документ подписан простой электронной подписью.  
Информация о владельце:  
ФИО: Костина Лариса Николаевна  
Должность: проректор  
Дата подписания: 19.01.2025 00:41:35  
Уникальный программный ключ:  
1800f7d89cf4ea7507265ba593fe87537eb15a6c

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ**  
**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**"ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ"**

**Факультет**

**Государственной службы и управления**

**Кафедра**

**Инновационного менеджмента и управления проектами**

**"УТВЕРЖДАЮ"**

Проректор



Л.Н. Костина

27.04.2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Б1.В.03.02**

**"Стратегия развития территорий"**

**Направление подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление**  
**Профиль "Управление проектами"**

Квалификация

***БАКАЛАВР***

Форма обучения

***очная***

Общая трудоемкость

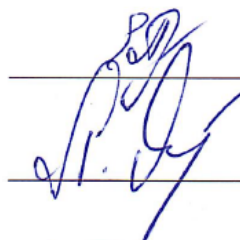
***4 ЗЕТ***

Год начала подготовки по учебному плану

***2023***

Составитель(и):

д-р. гос. упр, профессор

  
Е.В. Пономаренко

Рецензент(ы):

д-р экон. наук, профессор

  
А. И. Ярембаш

Рабочая программа дисциплины (модуля) "Стратегия развития территорий" разработана в соответствии с:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление (приказ Минобрнауки России от 13.08.2020 г. № 1016)

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена на основании учебного плана Направление подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление

Профиль "Управление проектами", утвержденного Ученым советом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС" от 27.04.2023 протокол № 12.

Срок действия программы: 2022-2026

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Инновационного менеджмента и управления проектами

Протокол от 30.08.2022 № 1

Заведующий кафедрой:

канд.гос.упр., доцент, Морозов Е.Л.

  
(подпись)

---

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году****"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024 - 2025 учебном году на заседании кафедры Инновационного менеджмента и управления проектами

Протокол от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2024 г. №\_\_

Зав. кафедрой канд.гос.упр., доцент, Морозов Е.Л.

\_\_\_\_\_  
(подпись)

---

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году****"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025 - 2026 учебном году на заседании кафедры Инновационного менеджмента и управления проектами

Протокол от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2025 г. №\_\_

Зав. кафедрой канд.гос.упр., доцент, Морозов Е.Л.

\_\_\_\_\_  
(подпись)

---

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году****"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2026 - 2027 учебном году на заседании кафедры Инновационного менеджмента и управления проектами

Протокол от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2026 г. №\_\_

Зав. кафедрой канд.гос.упр., доцент, Морозов Е.Л.

\_\_\_\_\_  
(подпись)

---

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году****"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2027 - 2028 учебном году на заседании кафедры Инновационного менеджмента и управления проектами

Протокол от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2027 г. №\_\_

Зав. кафедрой канд.гос.упр., доцент, Морозов Е.Л.

\_\_\_\_\_  
(подпись)

## РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

<b>1.1. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
- формирование теоретических и методических основ стратегического развития территории, комплекса документов стратегического управления и экономического основания стратегических решений.	
<b>1.2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
- изучение теоретических и методических основ стратегического развития территории; - овладение практическими навыками разработки системы документов стратегического управления и экономического основания стратегических решений.	
<b>1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ</b>	
Цикл (раздел) ОПОП ВО:	Б1.В.03
<i>1.3.1. Дисциплина "Стратегия развития территорий" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:</i>	
Государственное управление природопользованием	
<i>1.3.2. Дисциплина "Стратегия развития территорий" выступает опорой для следующих элементов:</i>	
Региональное управление и территориальное планирование	
<b>1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:</b>	
<i>ПК-3.1: Демонстрирует понимание основ формирования и реализации стратегии развития территорий, процесса подготовки комплекса документов стратегического планирования и экономического обоснования стратегических решений</i>	
Знать:	
<b>Уровень 1</b>	основы стратегического планирования развития территорий
<b>Уровень 2</b>	основы и процесс стратегического планирования развития территорий
<b>Уровень 3</b>	основы и процесс стратегического планирования развития территорий
Уметь:	
<b>Уровень 1</b>	участвовать в реализации стратегии развития территорий, процессе подготовки комплекса документов стратегического планирования и экономического обоснования стратегических решений
<b>Уровень 2</b>	реализовать стратегии развития территорий, процесс подготовки комплекса документов стратегического планирования и экономического обоснования стратегических решений
<b>Уровень 3</b>	формировать и реализовать стратегии развития территорий, процесс подготовки комплекса документов стратегического планирования и экономического обоснования стратегических решений
Владеть:	
<b>Уровень 1</b>	пониманием основ формирования и реализации стратегии развития территорий, процесс подготовки комплекса документов стратегического планирования и экономического обоснования стратегических решений
<b>Уровень 2</b>	навыками реализации стратегии развития территорий, участия в процессе подготовки комплекса документов стратегического планирования и экономического обоснования стратегических решений
<b>Уровень 3</b>	навыками формирования и реализации стратегии развития территорий, участия в процессе подготовки комплекса документов стратегического планирования и экономического обоснования стратегических решений
<i>В результате освоения дисциплины "Стратегия развития территорий" обучающийся</i>	
<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
	- основы и процесс стратегического планирования развития территорий;
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
	- формировать и реализовать стратегии развития территорий, процесс подготовки комплекса документов стратегического планирования и экономического обоснования стратегических решений;
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>
	- навыками формирования и реализации стратегии развития территорий, участия в процессе подготовки комплекса документов стратегического планирования и экономического обоснования стратегических решений.
<b>1.5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ</b>	

Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний, умений и приобретенных навыков), компетенций с последующим объединением оценок и проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских/практических занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (тестовые задания, контроль знаний по разделу, ситуационных заданий и т.п.), оценки активности работы обучающегося на занятии, включая задания для самостоятельной работы.

### **Промежуточная аттестация**

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы студента. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы студента осуществляется в соответствии с действующим локальным нормативным актом. По дисциплине "Стратегия развития территорий" видом промежуточной аттестации является Экзамен

## **РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Общая трудоёмкость дисциплины "Стратегия развития территорий" составляет 4 зачётные единицы, 144 часов.

Количество часов, выделяемых на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося, определяется учебным планом.

### **2.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ**

<b>Наименование разделов и тем /вид занятия/</b>	<b>Семестр / Курс</b>	<b>Часов</b>	<b>Компетенции</b>	<b>Литература</b>	<b>Инте ракт.</b>	<b>Примечание</b>
<b>Раздел 1. Методические основы стратегического планирования и управления территорией</b>						
Тема 1.1. Концепция устойчивого развития /Лек/	5	2	ПК-3.1	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э1	0	
Тема 1.1. Концепция устойчивого развития /Сем зан/	5	4	ПК-3.1	Л3.2 Л3.3	0	
Тема 1.1. Концепция устойчивого развития /Ср/	5	7	ПК-3.1	Л3.1	0	
Тема 1.2. Основы стратегического планирования и управления территориями /Лек/	5	2	ПК-3.1	Л1.1Л2.2 Э4	0	
Тема 1.2. Основы стратегического планирования и управления территориями /Сем зан/	5	4	ПК-3.1	Л3.2 Л3.3	0	
Тема 1.2. Основы стратегического планирования и управления территориями /Ср/	5	7	ПК-3.1	Л3.1	0	
Тема 1.3. Методология стратегического	5	2	ПК-3.1	Л1.1Л2.2	0	

государственного управления /Лек/				Э4		
Тема 1.3. Методология стратегического государственного управления /Сем зан/	5	4	ПК-3.1		0	
Тема 1.3. Методология стратегического государственного управления /Ср/	5	7	ПК-3.1		0	
<b>Раздел 2. Маркетинг территорий</b>						
Тема 2.1. Маркетинговая среда территории /Лек/	5	2	ПК-3.1	Л1.1Л2.2Л3 .1 Э2 Э3	0	
Тема 2.1. Маркетинговая среда территории /Сем зан/	5	4	ПК-3.1		0	
Тема 2.1. Маркетинговая среда территории /Ср/	5	6	ПК-3.1		0	
Тема 2.2. Маркетинговая политика развития территории /Лек/	5	2	ПК-3.1	Л1.1Л3.1 Э2 Э3	0	
Тема 2.2. Маркетинговая политика развития территории /Сем зан/	5	4	ПК-3.1		0	
Тема 2.2. Маркетинговая политика развития территории /Ср/	5	7	ПК-3.1		0	
Тема 2.3. Механизмы и технологии маркетинга территорий /Лек/	5	2	ПК-3.1	Л1.1Л2.1 Л2.2 Э2 Э3	0	
Тема 2.3. Механизмы и технологии маркетинга территорий /Сем зан/	5	4	ПК-3.1		0	

Тема 2.3. Механизмы и технологии маркетинга территорий /Ср/	5	6	ПК-3.1		0	
<b>Раздел 3. Ресурсное обеспечение стратегического управления территориями</b>						
Тема 3.1. Ресурсы местного самоуправления и их использование в стратегическом развитии /Лек/	5	2	ПК-3.1	Л1.1Л2.2Л3.3 Э5	0	
Тема 3.1. Ресурсы местного самоуправления и их использование в стратегическом развитии /Сем зан/	5	4	ПК-3.1		0	
Тема 3.1. Ресурсы местного самоуправления и их использование в стратегическом развитии /Ср/	5	7	ПК-3.1		0	
Тема 3.2. Институциональные условия реализации стратегии /Лек/	5	2	ПК-3.1	Л1.1Л2.2Л3.3 Э5	0	
Тема 3.2. Институциональные условия реализации стратегии /Сем зан/	5	4	ПК-3.1		0	
Тема 3.2. Институциональные условия реализации стратегии /Ср/	5	7	ПК-3.1		0	
Тема 3.3. Участие населения в принятии и реализации муниципальной стратегии /Лек/	5	2	ПК-3.1	Л1.1Л2.2 Э5	0	
Тема 3.3. Участие населения в принятии и реализации муниципальной стратегии /Сем зан/	5	4	ПК-3.1		0	
Тема 3.3. Участие населения в принятии и реализации муниципальной стратегии /Ср/	5	7	ПК-3.1		0	
Консультации /Конс/	5	2	ПК-3.1	Л1.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	

### РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе освоения дисциплины «Стратегия развития территорий» используются следующие образовательные технологии: лекции (Л), практические занятия (ПР), самостоятельная работа студентов (СР) по выполнению различных видов заданий.

В процессе освоения дисциплины используются следующие интерактивные образовательные технологии: проблемная лекция (ПЛ). Лекционный материал представлен в виде слайд-презентации в формате «Power Point». Для наглядности используются материалы различных научных и технических экспериментов, справочных материалов, научных статей т.д. В ходе лекции предусмотрена обратная связь со студентами, активизирующие вопросы, просмотр и обсуждение видеofilьмов. При проведении лекций используется проблемно-ориентированный междисциплинарный подход, предполагающий творческие вопросы и создание дискуссионных ситуаций.

При изложении теоретического материала используются такие методы, как: монологический, показательный, диалогический, эвристический, исследовательский, проблемное изложение, а также следующие принципы дидактики высшей школы, такие как: последовательность и систематичность обучения, доступность обучения, принцип научности, принципы взаимосвязи теории и практики, наглядности и др. В конце каждой лекции предусмотрено время для ответов на проблемные вопросы.

Самостоятельная работа предназначена для внеаудиторной работы студентов, связанной с конспектированием источников, учебного материала, изучением дополнительной литературы по дисциплине, подготовкой к текущему и семестровому контролю, а также выполнением индивидуального задания в форме реферата, эссе, презентации, эмпирического исследования.

### РАЗДЕЛ 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 4.1. Рекомендуемая литература

##### 1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Т. А. Денисова	Стратегическое развитие муниципального образования : конспект лекций для обучающихся 4 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление» (профиль «Региональное управление и местное самоуправление») очной / заочной форм обучения (95 с.)	ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2020

##### 2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	В. Г. Шепилова, А. С. Гусак, Н. И. Дубровская	Стратегическое моделирование развития регионального туризма : методические рекомендации по выполнению курсовой работы для студентов 2 курса образовательного уровня «магистр» направления подготовки 43.04.02 «Туризм» очной формы обучения (34 с.)	ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2018
Л2.2	Гришина, С. А.	Стратегический менеджмент: проектный подход: учебное пособие (185 с.)	Тула : ТПИУ, 2020

##### 3. Методические разработки

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	И. В. Костенок, Я. В. Хоменко	Государство и бизнес в регионе : стратегии взаимодействия: методические рекомендации по организации самостоятельной работы для студентов 2 курса образовательной программы магистратуры направления подготовки 38.04.04 «Государственное и муниципальное управление» (профиль «Региональное управление и местное самоуправление») очной / заочной форм обучения (34 с.)	Донецк : ГОУ ВПО «ДонАУиГС», 2019



	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
ЛЗ.2	П. А. Климова, О. К. Иванова	Стратегический менеджмент : методические рекомендации для проведения семинарских занятий для студентов четвертого курса образовательного уровня «бакалавр» направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профили : «Менеджмент непромышленной сферы», «Управление в сфере экономической конкуренции», «Менеджмент внешнеэкономической деятельности», «Менеджмент инвестиционной деятельности», «Логистика», «Маркетинг», «Менеджмент в производственной сфере», «Экологический менеджмент», «Менеджмент в туризме») очной / заочной форм обучения (64 с.)	ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2018
ЛЗ.3	Т. А. Денисова	Стратегическое развитие муниципального образования: методические рекомендации для проведения семинарских занятий для обучающихся 4 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление» (профиль «Региональное управление и местное самоуправление») очной / заочной форм обучения (36 с.)	ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», 2021

#### 4.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Стратегия устойчивого развития урбанизированных территорий : учеб. пособие / Я.И. Вайсман, Л.В. Рудакова, Г.С. Арзамасова, Г.В. Ильиных. – Пермь : Изд-во Перм. нац. исслед. политехн. ун-та, 2012. – 322 с.	<a href="https://bik.sfu-kras.ru/elib/view?id=LANY-502%3B574%3B577.4/B%20145-000624901">https://bik.sfu-kras.ru/elib/view?id=LANY-502%3B574%3B577.4/B%20145-000624901</a>
Э2	Маркетинг территорий : учебник и практикум для академического бакалавриата / под общ. ред. А. А. Угрюмовой, М. В. Савельевой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 381 с.	<a href="https://mx3.urait.ru/uploads/pdf_review/7948790A-ECB5-4D08-BDE7-2288BFA4FD26.pdf">https://mx3.urait.ru/uploads/pdf_review/7948790A-ECB5-4D08-BDE7-2288BFA4FD26.pdf</a>
Э3	Ергунова, О. Т. Маркетинг территории : [учеб. пособие] / О. Т. Ергунова ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017. – 136 с.	<a href="https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/54009/1/978-5-7996-2179-7_2017.pdf">https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/54009/1/978-5-7996-2179-7_2017.pdf</a>
Э4	Берман С.С., Воробьев А.А. Стратегическое государственное управление: учеб. пособие / С.С. Берман, А.А. Воробьев. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2018. – 172 с.	<a href="https://kpfu.ru/staff_files/F314437723/Strategy.pdf">https://kpfu.ru/staff_files/F314437723/Strategy.pdf</a>
Э5	Стратегия социально-экономического развития территории : учебное пособие / Т. В. Базиль, Е. Ю. Выголов, А. Ю. Живага [и др.] ; под общ. ред. Н. Н. Лысенко. – Южно-Сахалинск : СахГУ , 2017. – 242 с.	<a href="http://sakhgu.ru/wp-content/uploads/page/record_85102/2019_04/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D1%8F-%D1%81%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE-%D1%8D%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B3%D0%BE-%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B8%D1%8F-%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%80%D0%B8%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D0%">http://sakhgu.ru/wp-content/uploads/page/record_85102/2019_04/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D1%8F-%D1%81%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE-%D1%8D%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B3%D0%BE-%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B8%D1%8F-%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%80%D0%B8%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D0%</a>

	B8.pdf
<b>4.3. Перечень программного обеспечения</b>	
Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства: Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду (ЭИОС ГОУ ВПО ДОНАУИГС) и электронно-библиотечную систему (ЭБС IPRbooks), а также возможностью индивидуального неограниченного доступа обучающихся в ЭБС и ЭИОС посредством Wi-Fi с персональных мобильных устройств. Сервер: AMD FX 8320/32Gb(4x8Gb)/4Tb(2x2Tb). На сервере установлена свободно распространяемая операционная система DEBIAN 10. MS Windows 8.1 (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК ), MS Windows XP (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК ), MS Windows 7 (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК ), MS Office 2007 Russian OLP NL AE (лицензии Microsoft № 42638778, № 44250460), MS Office 2010 Russian (лицензии Microsoft № 47556582, № 49048130), MS Office 2013 Russian (лицензии Microsoft № 61536955, № 62509303, № 61787009, № 63397364), Grub loader for ALT Linux (лицензия GNU LGPL v3), Mozilla Firefox (лицензия MPL2.0), Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment, лицензия GNU GPL), IncScape (лицензия GPL 3.0+), PhotoScape (лицензия GNU GPL), 1C ERP УП, 1C ЗУП (бесплатные облачные решения для образовательных учреждений от 1Cfresh.com), OnlyOffice 10.0.1 (SaaS, GNU Affero General Public License3).	
<b>4.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы</b>	
Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы: Электронный каталог изданий ГОУ ВПО "ДОНАУИГС" - <a href="http://unilib.dsum.internal/">http://unilib.dsum.internal/</a> Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА» - <a href="https://cyberleninka.ru/">https://cyberleninka.ru/</a> Донецкая республиканская универсальная научная библиотека им. Н. К. Крупской - <a href="http://www.lib-dpr.ru/">http://www.lib-dpr.ru/</a> Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - <a href="http://elibrary.ru/defaultx.asp">http://elibrary.ru/defaultx.asp</a> Электронная библиотека Института проблем рынка РАН Российской академии наук (ИПР РАН) – <a href="http://www.ipr-ras.ru/libr.htm">http://www.ipr-ras.ru/libr.htm</a> ; ГУК "Донецкая республиканская универсальная научная библиотека им. Н.К. Крупской"; ЧОУ ВО "Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса"; ФГБОУ ВО "Уральский государственный экономический университет".	
<b>4.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины</b>	
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, текущего контроля и про-межуточной аттестации № 605 учебный корпус № 1. - комплект мультимедийного оборудования: экран для проектора (переносной), мультимедий-ный проектор (переносной) Epson H311B LCD Projector, ноутбук Samsung RV408 (NP-RV408-A01UA) (Экран 14" (1366x768) LED, глянцевый / Intel Celeron Dual Core T3500 (2.1 ПГц) / RAM 2 Гб / HDD 250 Гб / Intel GMA 4500M / DVD Super Multi / LAN / Wi-Fi / веб-камера / DOS) с установленным ПО (Windows 8.1 Professional x86/64 (академическая подписка DreamSpark Premium), LibreOffice 4.3.2.2 (лицензия GNU LGPL v3+ и MPL2.0)), подключением к Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ГОУ ВПО «ДО-НАУИГС»); - специализированная мебель: рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся (80), стационарная доска, доска передвижная; - учебно-наглядные пособия, демонстрационные плакаты. Помещения для самостоятельной работы с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно образовательную среду организации: Читальный зал № 1, аудитория 406 учебный корпус № 1. Адрес: г. Донецк, ул. Челюскинцев 163а; Читальный зал № 2, аудитория 604, 605 учебный корпус № 1. Адрес: г. Донецк, ул. Челюскинцев 163а.	

## РАЗДЕЛ 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

<b>5.1. Контрольные вопросы и задания</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие и сущность стратегического управления и</li> <li>2. Муниципальное образование: субъект и объект управления территориальным развитием.</li> <li>3. Принципы стратегического управления.</li> <li>4. Сравнительные характеристики стратегического подхода к территориальному управлению.</li> <li>5. Методы стратегического управления.</li> <li>6. Согласование и координация целей субъектов муниципального развития.</li> <li>7. Проблемы реализации стратегий развития муниципального образования.</li> <li>8. Механизмы реализации стратегии муниципального образования.</li> </ol>

9. Муниципальная собственность и реализация правомочий собственника.
10. Местный бюджет.
11. Правовой ресурс.
12. Информационный ресурс и муниципальная статистика.
13. Организационный ресурс и муниципальные кадры.
14. Программы развития муниципальных кадров.
15. Привлечение средств для реализации проектов и программ стратегического развития.
16. Современная российская модель организационных структур местного самоуправления.
17. Определение структуры органов местного самоуправления.
18. Структура исполнительно-распорядительного органа местного самоуправления, обеспечивающая разработку и реализацию стратегии муниципального развития.
19. Муниципальные учреждения.
20. Участие органов и должностных лиц местного самоуправления в гражданских правоотношениях.
21. Функциональные и отраслевые структуры.
22. Стратегическое и оперативное управление.
23. Допустимость и недопустимость совмещения функций в одном подразделении (у одного лица).
24. Обеспечивающие подразделения.
25. Соответствие оргструктуры потребностям реализации муниципальной стратегии.
26. Формы прямого волеизъявления и их использование в стратегическом планировании и реализации стратегии.
27. Обязанности органов местного самоуправления по обеспечению прямого волеизъявления населения.
28. Участие населения в осуществлении местного самоуправления и выработке стратегии муниципального развития.
29. Установление правовых гарантий участия населения в осуществлении местного самоуправления.
30. Формы участия населения в осуществлении местного самоуправления.
31. Привлечение населения к формированию целей развития и оценки имеющихся ресурсов.
32. Отчеты, информирование граждан о деятельности органов и должностных лиц местного самоуправления по разработке и реализации муниципальной стратегии.
33. Работа органов местного самоуправления с партиями, общественными и иными некоммерческими организациями, с предпринимательскими структурами при прогнозировании, разработке и реализации стратегических программ.
34. Работа органов местного самоуправления со средствами массовой информации и их привлечение к освещению целей, задач, мероприятий и результатов реализации стратегии муниципального развития.
35. Понятие стратегии развития территории и стратегии развития муниципального образования.
36. Необходимость стратегического планирования в деятельности органов местного самоуправления.
37. Взаимодействие с органами государственной власти по вопросам развития территории.
38. Реестр расходных обязательств муниципального образования как правовая основа муниципальной стратегии.
39. Теория и практика стратегического планирования.
40. Элементы стратегического планирования.
41. Основные этапы стратегического планирования.
42. Методы стратегического планирования.
43. Риски и ограничения по использованию.
44. Технология SWOT анализа внешней ситуации и внутренней среды.
45. Критерии приоритетности проектов и программ.
46. Принципы эффективного использования ресурсов
47. Муниципальные программы, проекты.
48. Технологии управления социальными изменениями.
49. Методология стратегического развития муниципального образования.
50. Анализ среды муниципального образования.
51. Стратегические варианты развития муниципального образования.
52. Прогноз социально-экономического развития муниципального образования
53. Правовые основы выбора механизмов реализации стратегии развития.
54. Планирование муниципальной деятельности.
55. Муниципальные программы и проекты.
56. Муниципальные услуги.
57. Муниципальные социальные стандарты.
58. Способы организации муниципальных услуг.
59. Организация оказания муниципальных услуг.
60. Муниципальный заказ и муниципальные задания.

61. Управленческий смысл реестра расходных обязательств.
62. Среднесрочное финансовое планирование.
63. Бюджетирование, ориентированное на результат.
64. Бюджетный процесс в муниципальном образовании.
65. Градостроительная деятельность и управление землей в муниципальном образовании как одна из основ реализации муниципальной стратегии.
66. Инвестиционная политика в муниципальном образовании.
67. Программы поддержки и развития предпринимательства.
68. Сущность и основные направления социальной политики.
69. Понятие мониторинг, оценка деятельности, эффективность, результативность, социальная значимость муниципальной деятельности.
70. Мониторинг как комплексный управленческий инструмент.
71. Показатели эффективности и результативности: выбор соответствующих целям и задачам муниципального развития.

## 5.2. Темы письменных работ

1. Сущность и методология стратегического управления территорией.
2. Муниципальное образование: субъект и объект управления муниципальным развитием.
3. Сравнительные характеристики стратегического подхода к муниципальному управлению.
4. Муниципальная собственность и реализация правомочий собственника. Местный бюджет. Правовой ресурс.
5. Информационный ресурс и муниципальная статистика.
6. Организационный ресурс и муниципальные кадры. Программы развития муниципальных кадров.
7. Привлечение средств для реализации территориальных проектов и программ стратегического развития.
8. Определение структуры органов местного самоуправления.
9. Структура исполнительно - распорядительного органа местного самоуправления, обеспечивающая разработку и реализацию стратегии территориального развития.
10. Функциональные и отраслевые территориальные структуры.
11. Стратегическое и оперативное управление.
12. Формы прямого волеизъявления и их использование в стратегическом планировании и реализации стратегии.
13. Обязанности органов местного самоуправления по обеспечению прямого волеизъявления населения.
14. Участие населения в осуществлении местного самоуправления и выработке стратегии территориального развития.
15. Понятие стратегии развития территории и стратегии развития муниципального образования.
16. Взаимодействие местного самоуправления с органами государственной власти по вопросам развития территории.
17. Реестр расходных обязательств муниципального образования как правовая основа муниципальной стратегии.
18. Теория и практика стратегического планирования. Элементы стратегического планирования. Основные этапы стратегического планирования.
19. Методы стратегического планирования.
20. Технология SWOT анализа внешней ситуации и внутренней среды.
21. Критерии приоритетности проектов и программ.
22. Муниципальные политики, программы, проекты: принципы, содержание и организационные форматы.
23. Методология стратегического развития муниципального образования.
24. Анализ среды муниципального образования.
25. Стратегические варианты развития муниципального образования.
26. Прогноз социально-экономического развития муниципального образования
27. Правовые основы выбора механизмов реализации стратегии развития.
28. Планирование муниципальной деятельности.
29. Муниципальные программы и проекты.
30. Муниципальные социальные стандарты.
31. Бюджетирование, ориентированное на результат.
32. Бюджетный процесс в муниципальном образовании.
33. Инвестиционная политика в муниципальном образовании.
34. Понятие мониторинга, оценка деятельности, эффективность, результативность, социальная значимость муниципальной деятельности.
35. Мониторинг как комплексный управленческий инструмент.
36. Показатели эффективности и результативности: выбор соответствующих целям и задачам

муниципального развития.

### **5.3. Фонд оценочных средств**

Фонд оценочных средств дисциплины "Стратегия развития территорий" разработан в соответствии с локальным нормативным актом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС".

Фонд оценочных средств дисциплины "Стратегия развития территорий" в полном объеме представлен в виде приложения к данному РПД.

### **5.4. Перечень видов оценочных средств**

- устный опрос;
- выполнение ситуационных и практических заданий;
- выполнение тестовых заданий;
- подготовка эссе / реферата.

## **РАЗДЕЛ 6. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ К ПОТРЕБНОСТЯМ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

1) с применением электронного обучения и дистанционных технологий.

2) с применением специального оборудования (техники) и программного обеспечения, имеющихся в ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС".

В процессе обучения при необходимости для лиц с нарушениями зрения, слуха и опорно-двигательного аппарата предоставляются следующие условия:

- для лиц с нарушениями зрения: учебно-методические материалы в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

## **РАЗДЕЛ 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Аудиторные занятия по дисциплине "Стратегия развития территорий" проводятся в форме лекций и семинарских занятий.

На лекционных занятиях, согласно учебному плану дисциплины, обучающимся предлагается рассмотреть основные темы курса. Студенту предлагается участвовать в диалоге с преподавателем, в ходе которого могут обсуждаться моменты, актуальные для его будущей практической деятельности; он может высказать свое мнение после сопоставления разных фактов и разнообразных точек зрения на них.

К числу важнейших умений, являющихся неотъемлемой частью успешного учебного процесса, относится умение работать с различными литературными источниками, содержание которых так или иначе связано с изучаемой дисциплиной.

Подготовку к любой теме курса рекомендуется начинать с изучения презентационных материалов или учебной литературы, в которых дается систематизированное изложение материала, разъясняется смысл разных терминов в общественно-трудовых правоотношениях и сообщается об изменениях в подходах к изучению тех или иных проблем данного курса.

Методические указания по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа по дисциплине организована в следующих видах:

поиск и обзор научных публикаций и электронных источников информации, подготовка заключения по обзору;

решение практических заданий и задач;

анализ статистических и фактических материалов, составление выводов на основе проведенного анализа;

анализ проблемных ситуаций;

подготовка докладов выступлений на семинарских занятиях, на конференции;

работа с вопросами для самопроверки и тестами.

Результаты самостоятельной работы является подготовка эссе и докладов, сообщений по конкретной тематике учебной дисциплины, которые контролируются преподавателем и учитываются при текущей аттестации студента.

Самостоятельная работа студентов, изучающих дисциплину "Стратегия развития территорий" включает в

себя не только повторение пройденного материала по конспектам лекций, но и ознакомление с рекомендованной по каждой учебной теме учебной и научной литературой, подготовку эссе и компьютерных презентаций.

Эссе — это прозаическое сочинение небольшого объема и свободной композиции, выражающее индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендующее на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета.

Структура эссе определяется предъявляемыми к нему требованиями:

1) мысли автора эссе по проблеме излагаются в форме кратких тезисов (Т).

2) мысль должна быть подкреплена доказательствами - поэтому за тезисом следуют аргументы - это факты, явления общественной жизни, события, жизненные ситуации и жизненный опыт, научные доказательства, ссылки на мнение ученых и др. Лучше приводить два аргумента в пользу каждого тезиса: один аргумент кажется неубедительным, три аргумента могут "перегрузить" изложение, выполненное в жанре, ориентированном на краткость и образность.

Таким образом, эссе приобретает кольцевую структуру (количество тезисов и аргументов зависит от темы, избранного плана, логики развития мысли):

вступление

тезис, аргументы

тезис, аргументы

заключение.

Объем эссе – до 5 стр., формат А4 (210\*297мм), нумерация страниц внизу, поля: слева - 30 мм; справа - 10 мм; сверху - 20 мм; снизу - 20 мм.

В заключении излагаются выводы, сделанные студентом в соответствии с целями и задачами, заявленными в исследовании, а также в случае целесообразности, рекомендации, которые вытекают из предмета исследования и могут быть использованы в практике государственного и муниципального управления.

Список использованных источников включает в себя реально использованные в ходе подготовки эссе источники и должен быть оформлен согласно правилам библиографического описания.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ»

Факультет государственной службы и управления  
Кафедра инновационного менеджмента и управления проектами

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

по дисциплине (модулю)

**«Стратегия развития территорий»**

Направление подготовки Профиль	38.03.04 Государственное и муниципальное управление Управление проектами
Квалификация Форма обучения	бакалавр очная

Донецк  
2023

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Стратегия развития территорий» для обучающихся 3 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление (профиль «Управление проектами») очной формы обучения

Автор(ы),

разработчик(и):

профессор, д-р гос. упр., профессор Е.В. Пономаренко

должность, ученая степень, ученое звание, инициалы и фамилия

ФОС рассмотрен на заседании  
кафедры

Инновационного менеджмента и управления проектами  
*наименование кафедры*


Протокол заседания кафедры от

18.04.2023

11

дата

Заведующий кафедрой

  
(подпись)

Е.Л. Морозов  
(инициалы, фамилия)



**РАЗДЕЛ 1.**  
**ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
**по дисциплине (модулю) «Стратегия развития территорий»**

**1.1. Основные сведения о дисциплине (модулю)**

Таблица 1

Характеристика дисциплины (модуля)

Образовательная программа	бакалавриата
Направление подготовки	38.03.04 Государственное и муниципальное управление
Профиль	<b>Управление проектами</b>
Количество разделов учебной дисциплины	3
Часть образовательной программы	Часть учебного плана, формируемая участниками образовательных отношений
Формы текущего контроля	Устный опрос, выполнение ситуационных и практических заданий, решение задач, подготовка эссе (рефератов), контроль знаний по разделам в форме выполнения тестовых заданий
<i>Показатели</i>	Очная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	4
Семестр	5
<b>Общая трудоемкость (академ. часов)</b>	144
<b>Аудиторная контактная работа:</b>	54
Лекционные занятия	18
Семинарские занятия	36
<b>Самостоятельная работа</b>	63
<b>Контроль</b>	27
<i>Форма промежуточной аттестации</i>	экзамен

**1.2. Перечень компетенций с указанием этапов формирования в процессе освоения образовательной программы**

Таблица 2

Перечень компетенций и их элементов

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
<i>ПК-3</i> Способность участвовать в разработке и реализации стратегий развития организаций и	<i>ПК-3.1:</i> Демонстрирует знания теоретических основ и методических аспектов организации и функционирования	<b>Знать:</b>	
		- основы стратегического планирования развития территорий;	ПК-3.1, 3-1
		- основы и процесс стратегического планирования развития территорий;	ПК-3.1, 3-2
		- основы и алгоритм реализации процесса стратегического планирования развития территорий;	ПК-3.1, 3-3
		<b>Уметь:</b>	

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
<i>территорий</i>	<i>ния региональной системы управления и территориального планирования</i>	- участвовать в реализации стратегии развития территорий, процессе подготовки комплекса документов стратегического планирования и экономического обоснования стратегических решений;	ПК-3.1, У-1
		- реализовать стратегии развития территорий, процесс подготовки комплекса документов стратегического планирования и экономического обоснования стратегических решений;	ПК-3.1, У-2
		- формировать и реализовать стратегии развития территорий, процесс подготовки комплекса документов стратегического планирования и экономического обоснования стратегических решений;	ПК-3.1, У-3
		<b>Владеть:</b>	
		- первоначальными навыками формирования и реализации стратегии развития территорий, процесс подготовки комплекса документов стратегического планирования и экономического обоснования стратегических решений;	ПК-3.1, В-1
		- навыками реализации стратегии развития территорий, участия в процессе подготовки комплекса документов стратегического планирования и экономического обоснования стратегических решений;	ПК-3.1, В-2
	- навыками формирования и реализации стратегии развития территорий, участия в процессе подготовки комплекса документов стратегического планирования и экономического обоснования стратегических решений.	ПК-3.1, В-3	

Таблица 3

Этапы формирования компетенций в процессе освоения основной образовательной программы

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины	Этапы формирования компетенций (номер семестра)	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства*
<b>Раздел 1. Методические основы стратегического планирования и управления территорией</b>				
1.	Тема 1.1. Концепция устойчивого развития	5	ПК-1.1, 1.2, 1.3	Устный опрос, дискуссии
2.	Тема 1.2. Основы стратегического планирования и управления территориями	5	ПК-1.1, 1.2, 1.3	Устный опрос, выполнение ситуационных и практических заданий
3	Тема 1.3. Методология государственного управления	5	ПК-1.1, 1.2, 1.3	Устный опрос, выполнение ситуационных и практических заданий, контроль знаний по разделу 1 (тестовые задания)
<b>Раздел 2. Маркетинг территорий</b>				

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины	Этапы формирования компетенций (номер семестра)	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства*
4.	Тема 2.1. Маркетинговая среда территории	5	ПК-1.1, 1.2, 1.3	Устный опрос, выполнение ситуационных и практических заданий
5.	Тема 2.2. Маркетинговая политика развития территории	5	ПК-1.1, 1.2, 1.3	Устный опрос, выполнение ситуационных и практических заданий
6.	Тема 2.3. Механизмы и технологии маркетинга территорий	5	ПК-1.1, 1.2, 1.3	Устный опрос, выполнение ситуационных и практических заданий, контроль знаний по разделу 2 (тестовые задания)
<b>Раздел 3. Ресурсное обеспечение стратегического управления территорией</b>				
7.	Тема 3.1. Ресурсы местного самоуправления и их использование в стратегическом развитии	5	ПК-1.1, 1.2, 1.3	Устный опрос, выполнение ситуационных и практических заданий
8.	Тема 3.2. Институциональные условия реализации стратегии	5	ПК-1.1, 1.2, 1.3	Устный опрос, выполнение ситуационных и практических заданий
9.	Тема 3.3. Участие населения в принятии и реализации муниципальной стратегии	5	ПК-1.1, 1.2, 1.3	Устный опрос, выполнение ситуационных и практических заданий, контроль знаний по разделу 3 (тестовые задания)

**РАЗДЕЛ 2.**  
**ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**  
**«Стратегия развития территорий»**

Текущий контроль знаний используется для оперативного и регулярного управления учебной деятельностью (в том числе самостоятельной работой) обучающихся.

В условиях балльно-рейтинговой системы контроля результаты текущего оценивания обучающегося используются как показатель его текущего рейтинга. Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, в ходе повседневной учебной работы по индивидуальной инициативе преподавателя. Данный вид контроля стимулирует у обучающегося стремление к систематической самостоятельной работе по изучению дисциплины (модуля).

Таблица 2.1

**Распределение баллов по видам учебной деятельности**  
**(балльно-рейтинговая система)**

Наименование Раздела/Темы	Вид задания						
	ЛЗ	ПЗ / СЗ			Всего за тему	КЗР (ТЗ)	ИЗ
		УО	СЗ	ПЗ			
Р.1. Т.1.1		2	4		6	8	6
Р.1. Т.1.2		2	3	3	8		
Р.1. Т.1.3		2	3	3	8		
Р.2. Т.2.1		2	3	3	9	8	
Р.2. Т.2.2		2	3	3	9		
Р.2. Т.2.3		2	3	3	9		
Р.3. Т.3.1		2	3	3	9	8	
Р.3. Т.3.2		2	3	3	9		
Р.3. Т.3.3		2	3	3	9		
<b>Итого: 1006</b>	<b>0</b>	<b>18</b>	<b>28</b>	<b>24</b>	<b>76</b>	<b>24</b>	<b>6</b>

ЛЗ – лекционное занятие;

УО – устный опрос;

ТЗ – тестовое задание;

РЗ – ситуационное или практическое задание;

ПЗ – практическое занятие;

СЗ – семинарское занятие;

КЗР – контроль знаний по Разделу;

ИЗ (Э) – индивидуальное задание (эссе, компьютерная презентация).

**2.1. Рекомендации по оцениванию устных ответов обучающихся**

С целью контроля и подготовки обучающихся к изучению новой темы вначале каждой практической занятия преподавателем проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы.

*Критерии оценки:*

Оценка «отлично» ставится, если обучающийся:

- 1) полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса;
- 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры;
- 3) излагает материал последовательно и правильно, с соблюдением исторической и хронологической последовательности;

Оценка «хорошо» – ставится, если обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает одна-две ошибки, которые сам же исправляет.

Оценка «удовлетворительно» – ставится, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но:

1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил;

2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;

3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.

## ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины	Вопросы для подготовки к индивидуальному / фронтальному устному / письменному опросу по темам дисциплины
<b>Раздел 1. Методические основы стратегического планирования и управления территорией</b>	
Тема 1.1. Концепция устойчивого развития	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Принципы устойчивого развития урбанизированных территорий</li> <li>2. Механизмы и инструменты устойчивого развития</li> <li>3. Проблемы урбанизации</li> <li>4. Энергосбережение и устойчивое развитие</li> <li>5. Стратегия устойчивого промышленного развития</li> </ol>
Тема 1.2. Основы стратегического планирования и управления территориями	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие стратегии развития территории и стратегии развития муниципального образования.</li> <li>2. Сущность стратегического управления территории.</li> <li>3. Субъект и объект управления территориальным развитием.</li> <li>4. Сравнительные характеристики стратегического подхода к территориальному управлению.</li> <li>5. Взаимодействие местного самоуправления с органами государственной власти по вопросам развития территории.</li> <li>6. Реестр расходных обязательств субъектов как правовая основа территориальной стратегии.</li> <li>7. Теория и практика стратегического планирования.</li> <li>8. Элементы стратегического планирования. Основные этапы стратегического планирования.</li> </ol>
Тема 1.3. Методология стратегического государственного управления	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Методы стратегического планирования.</li> <li>2. Технология SWOT анализа внешней ситуации и внутренней среды.</li> <li>3. Критерии приоритетности проектов и программ.</li> <li>4. Муниципальные политики, программы, проекты: принципы, содержание и организационные форматы.</li> <li>5. Методология стратегического развития.</li> <li>6. Анализ среды. Стратегические варианты развития территории.</li> <li>7. Прогноз социально-экономического развития территории.</li> <li>8. Правовые основы выбора механизмов реализации стратегии развития.</li> <li>9. Планирование деятельности.</li> <li>10. Программы и проекты развития территории.</li> <li>11. Бюджетирование, ориентированное на результат.</li> <li>12. Инвестиционная политика.</li> </ol>
<b>Раздел 2. Маркетинг территорий</b>	

Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины	Вопросы для подготовки к индивидуальному / фронтальному устному / письменному опросу по темам дисциплины
Тема 2.1. Маркетинговая среда территории	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. В чем заключается сущность маркетинга территории?</li> <li>2. Как соотносятся понятия территориального маркетинга и маркетинга территорий?</li> <li>3. Для чего осуществляется маркетинг территории?</li> <li>4. Каковы основные направления реализации маркетинга территорий?</li> <li>5. Что включает в себя комплекс маркетинга территорий?</li> <li>6. Каковы задачи маркетинга территорий?</li> <li>7. В чем состоят функции маркетинга территорий?</li> <li>8. Назовите ведущие принципы маркетинга территорий.</li> <li>9. Каковы основные этапы развития дисциплины «маркетинг территорий»?</li> <li>10. Обозначьте характерные черты некоммерческого маркетинга.</li> </ol>
Тема 2.2. Маркетинговая политика развития территории	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Позиционирование страны и специфика формирования территориального продукта</li> <li>2. Регион как продукт: маркетинговая привлекательность</li> <li>3. Город как особый предмет маркетинговой деятельности</li> <li>4. Средства маркетинга города</li> <li>5. Маркетинг партнерских отношений в городах</li> </ol>
Тема 2.3. Механизмы и технологии маркетинга территорий	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Процесс внедрения маркетинга территории в территориальное управление</li> <li>2. Понятие и виды инструментов исследований в маркетинге территории</li> <li>3. Индексы и рейтинги территории как комплексные показатели информации</li> <li>4. Комплекс маркетинговых коммуникаций территории. Цели и задачи маркетинговых коммуникаций в территориальном развитии</li> <li>5. Виды коммуникаций маркетинга территории</li> <li>6. Понятие и виды территориального имиджа. Современные технологии формирования имиджа территорий</li> <li>7. Понятие бренда и брендинга территорий. Классификация территориальных брендов</li> <li>8. Архитектура территориальных брендов. Аудит бренда территории</li> </ol>
<b>Раздел 3. Ресурсное обеспечение стратегического управления территорией</b>	
Тема 3.1. Ресурсы местного самоуправления и их использование в стратегическом развитии	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Муниципальная собственность и реализация правомочий собственника. Местный бюджет. Правовой ресурс.</li> <li>2. Информационный ресурс и муниципальная статистика.</li> <li>3. Организационный ресурс и муниципальные кадры.</li> <li>4. Программы развития муниципальных кадров.</li> <li>5. Привлечение средств для реализации проектов и программ стратегического развития.</li> </ol>
Тема 3.2. Институциональные условия реализации стратегии	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Модели организации МСУ.</li> <li>2. Определение структуры органов местного самоуправления.</li> <li>3. Структура исполнительно - распорядительного органа местного самоуправления, обеспечивающая разработку и реализацию стратегии развития территории.</li> <li>4. Муниципальные учреждения.</li> <li>5. Функциональные и отраслевые структуры.</li> <li>6. Стратегическое и оперативное управление.</li> <li>7. Взаимодействие местного самоуправления с органами государственной власти по вопросам развития территории.</li> </ol>

Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины	Вопросы для подготовки к индивидуальному / фронтальному устному / письменному опросу по темам дисциплины
Тема 3.3. Участие населения в принятии и реализации муниципальной стратегии	1. Формы прямого волеизъявления и их использование в стратегическом планировании и реализации стратегии. 2. Обязанности органов местного самоуправления по обеспечению прямого волеизъявления населения. 3. Участие населения в осуществлении местного самоуправления и выработке стратегии развития территории.

## 2.2. Рекомендации по оцениванию результатов тестирования обучающихся

В завершении изучения каждого раздела дисциплины (модуля) может проводиться тестирование (контроль знаний по разделу, рубежный контроль).

Критерии оценивания. Уровень выполнения текущих тестовых заданий оценивается в баллах. Максимальное количество баллов по тестовым заданиям определяется преподавателям и представлено в таблице 2.1.

Тестовые задания представлены в виде оценочных средств и в полном объеме представлены в банке тестовых заданий в электронном виде. В фонде оценочных средств представлены типовые тестовые задания, разработанные для изучения дисциплины «Проектный анализ».

## ТИПОВЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

*Выбрать правильный вариант ответа*

1. Относительная оценка характеристик территориального образования, которая выясняется в процессе сравнения, – это:

- а) конкуренция;
- б) конкурентоспособность;
- в) конъюнктура;
- г) позиционирование.

2. Аргументами, используемыми в маркетинге для характеристики уровня функционирования территориального образования, являются:

- а) количество приезжающих туристов и стоимостный объем оказываемых им услуг;
- б) потребительские характеристики жилищного фонда, коммунальных услуг, благоустройства;
- в) потребительские характеристики жилищного фонда, коммунальных услуг, систем благоустройства и общего образования;
- г) состояние и динамика благосостояния, производства, инфраструктуры.

3. Антимаркетинговая ориентация в организации коммунального обслуживания проявляется в том, что:

- а) качество услуг мало зависит от оплаты;
- б) потребитель не осведомлен о возможных услугах;
- в) качество услуг слабо дифференцировано;
- г) потребители критически относятся к качеству предоставляемых услуг.

4. Деятельность, направленная на развитие на территории цивилизованных рыночных отношений, маркетингового подхода к территориальным ресурсам, продукции и услугам, – это:

- а) маркетинг территориального образования;
- б) маркетинг некоммерческих субъектов;

в) маркетинг внутритерриториального образования;

г) социальный маркетинг.

5. К элементам, не входящим в состав комплекса территориального маркетинга, относятся:

а) конкуренты;

б) продукт;

в) цена;

г) население;

д) продвижение;

е) каналы сбыта;

ж) маркетинговые исследования.

6. Способность эффективного функционирования территориального образования в перспективе – это:

а) конкурентный потенциал;

б) конкурентоспособность;

в) стратегия развития;

г) сегментация.

7. Приоритетное значение в территориальном маркетинге имеют факторы:

а) политической среды;

б) демографической среды;

в) экономической среды;

г) природно-климатической среды;

д) социально-культурной и религиозной среды.

8. Основные понятия маркетинга в порядке их усложнения:

а) нужда;

б) запрос;

в) потребность;

г) потребительская удовлетворенность;

д) потребительская ценность.

### 2.3 Рекомендации по оцениванию результатов ситуационных и практических заданий

Максимальное количество баллов	Правильность (ошибочность) решения
Отлично	Полные верные ответы. В логичном рассуждении при ответах нет ошибок, задание полностью выполнено. Получены правильные ответы, ясно прописанные во всех строках заданий и таблиц
Хорошо	Верные ответы, но имеются небольшие неточности, в целом не влияющие на последовательность событий, такие как небольшие пропуски, не связанные с основным содержанием изложения. Задание оформлено не вполне аккуратно, но это не мешает пониманию вопроса
Удовлетворительно	Ответы в целом верные. В работе присутствуют несущественная хронологическая или историческая ошибки, механическая ошибка или описка, несколько исказившие логическую последовательность ответа Допущены более трех ошибок в логическом рассуждении, последовательности событий и установлении дат. При объяснении исторических событий и явлений указаны не все существенные факты
Неудовлетворительно	Ответы неверные или отсутствуют



## **ТИПОВЫЕ СИТУАЦИОННЫЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ**

### ***Практическое задание 1***

Сравнительный анализ разработки и реализации стратегии развития города, генерального плана города, соответствия современным тенденциям градостроительства, обновления и модернизация города (метод анализа документов).

Список городов:

Белгород

Ростов-на-Дону

Мариуполь

Шахтерск

Воронеж

*План анализа:*

1. Имеет ли город опыт разработки долгосрочных планов социально-экономического развития?
2. Наличие стратегического документа (период, на который разработан
3. стратегический документ, дата принятия стратегического документа).
4. Наличие Генерального плана развития города (дата принятия, на какой период разработан).
5. Проводится ли в городе мониторинг социально-экономической ситуации?
6. Сравнение территории, обеспеченности жильем, инфраструктурой городов и т.д.
7. Имеется ли в Администрации города структурное подразделение, занимающееся стратегическим планированием.

Выводы исследования.

### ***Практическое задание 2***

Определить эффективность структуры управления городом, в том числе городским имуществом по критериям простоты, затратности, доходности

Показатели, которые можно использовать при анализе:

- доля расходов на управление;
- для доходов от налоговых платежей за землю в налоговых и неналоговых доходах местного бюджета;
- доля доходов от арендных платежей за землю;
- доля доходов от продажи земли и др.
- количество общественных организаций, действующих на территории города единиц
- численность представительного органа муниципального образования;
- количество муниципальных служащих и др.

### ***Практическое задание 3***

Сделать анализ условий г. Донецка для социально-незащищенных категорий граждан - пенсионеров, инвалидов, молодежи, детей, возможности их реализации, через программы социальной поддержки, образование, здравоохранение и т.п., используя следующие показатели:

Прирост населения (%)

Рождаемость /промилле

Смертность /промилле

Число прибывших /ед.

Объем средств местного бюджета, затраченных на реализацию городских программ по поддержке пенсионеров и инвалидов тыс.руб

Объем средств местного бюджета, затраченных на реализацию городских программ

по поддержке молодежи тыс.руб.

Объем средств местного бюджета, затраченных на реализацию городских программ по поддержке детей тыс.руб.

Количество дошкольных учреждений (на 1000 человек)

Количество среднеобразовательных школ (на 1000 человек)

Количество высших учебных заведений (на 1

#### ***Практическое задание 4***

Оценить современное состояние г. Донецка (отраслевая структура, анализ структуры занятости по отраслям и т.д.) и выделить перспективные отрасли развития города (точки роста).

#### ***Ситуационное задание 1***

##### **Кейс «Активный маркетинг Краснодарского края и г. Сочи»1**

Одним из активных регионов в области маркетинга территорий является Краснодарский край. Позиционирование этого региона формировалось в масштабах страны как территория для отдыха. Однако с переводом российской экономики на рыночное регулирование экономических отношений и возникновением возможности выбрать альтернативный отдых за рубежом россияне сократили свои поездки в данный регион. Аналогичные затраты на отдых в таких странах, как Египет или Турция, позволили получать более комфортные условия, а иногда и за меньшую цену.

Одним из направлений изменения маркетинговой политики стал новый ценовой подход, позволивший, с одной стороны, пойти на снижение цен по ряду рыночных сегментов, а с другой — улучшить качество обслуживания клиентов и поднять уровень сервиса. Одновременно на территории было реализовано крупномасштабное строительство новых объектов инфраструктуры, запущена рекламная кампания территории на общероссийском телевизионном канале. При этом под зонтичным брендом «Курорты Краснодарского края» было осуществлено продвижение группы городов региона: Сочи, Анапа, Геленджик.

Одной из находок успешного продвижения территории стал слоган: «Если есть на свете рай — это Краснодарский край». В целях охвата информационным воздействием максимальной аудитории реклама Краснодарского края была приурочена к трансляции игр высшей лиги КВН, что обеспечило ей не только зрителей разных возрастов, но и позитивный фон восприятия аудитории.

Комфортный климат, великолепная природа, разнообразие фауны и флоры позволили Краснодарскому краю позиционировать себя как территорию круглогодичного отдыха. Привлечению внимания к региону также способствовали такие международные и всероссийские спортивно-культурные мероприятия, как зимняя Олимпиада 2014 г. и Всероссийский конкурс молодых исполнителей «Пять звезд».

Выделение территории государственных инвестиций на строительство разнообразных объектов инфраструктуры, участие в развитии региона федеральных программ целевого назначения позволило Краснодарскому краю сформировать имидж комфортной для отдыха среды и сохранить его после проведения Олимпиады.

Одним из достоинств региона является его многофункциональность. Традиционный летний пляжный отдых удачно дополняется лыжным курортом «Красная поляна», который за последнее время превратился в модное зимнее место отдыха.

Красоты Краснодарского края активно продвигаются на многочисленных выставках и инвестиционных форумах.

Несколько неудачным в пропагандировании территории стало наименование экономических форумов «Кубань—2006». Данное название плохо соотносится для большинства потребителей с Краснодарским краем, а следовательно, вносит путаницу в идентификацию территории.

***Задания и вопросы:***

1. Выделите основные целевые аудитории маркетинга территорий, опишите их ожидания и интересы в отношении территории.
2. Какие причины могут вызвать необходимость применения активного маркетинга территорий?
3. Применение каких инструментов маркетинга территорий позволяет назвать его активным?
4. Какие ошибки могут быть допущены при применении активного маркетинга территории?

### **Ситуационное задание 2**

#### **Кейс: автомобильная промышленность: Toyota, Volkswagen, General Motors, Daimler и Ford**

Основными игроками на рынке автомобильного производства являются концерны Toyota, Volkswagen и General Motors. А замыкают пятерку лидеров Daimler и Ford. Выручка компании Toyota Motor в 2012 году составила около \$272,76 млрд., продажи Volkswagen достигли отметки \$254,03 млрд., а General Motors смогла выручить от продажи автомобилей в 2012 году примерно \$152,25 млрд.

Таблица №4: Топ-10 компаний-производителей автомобилей в 2012 г., ед.

Компания	Страна	2012	2012/2011
Volkswagen	Германия	9,255,384	9.0%
General Motor	США	9,212,014	2.9%
Toyota	Япония	7,435,000	3.7%
Ford	США	5,668,000	-0.5%
Nissan	Япония	4,889,379	5.5%
Honda	Япония	4,111,393	41.3%
PSA Peugeot	Франция	2,965,000	-16.5%
Hyundai	Южная Корея	2,499,098	14.4%
Daimler	Германия	2,198,029	4.1%
BMW	Германия	1,845,186	15.3%

Источник: oica.net, данные компаний

По итогам 2012 года первые три места по производству автомобилей поделили между собой три крупнейших мировых автоконцерна – Volkswagen, GM и Toyota. При этом число автомобилей, произведенных Volkswagen в 2012 году, выросло на 9,0 % г/г, а General Motors и Toyota в 2012 году произвели на 2,9 % и 3,7 % автомобилей больше по сравнению с предыдущим годом. Наибольший рост производства наблюдался на заводах компании Honda – 41,3 % г/г. Существенное падение продаж автомобилей во Франции в 2012 году сопровождалось и значительным падением числа произведённых автомобилей главным автомобильным гигантом страны – PSA. Peugeot в 2012 году произвела на 16,5 % меньше автомобилей, чем годом ранее.

Среди всех автопроизводителей особое место занимают крупнейшие автоконцерны ToyotaMotor, Volkswagen и General Motors.

Компания Toyota основана в 1937 году в Японии. Корпорация выпускает пассажирские, грузовые автомобили и автобусы под брендами Toyota, Lexus, Scion, Daihatsu и Hino. В 2012 выручка компании остановилась на отметке \$272,76 млрд., а её рост год к году составил 18,7 %. Чистая прибыль компании за 2012 год увеличилась на 239,3 % г/г и достигла отметки в \$10,53 млрд. В 2012 году было продано около 7,44 млн. автомобилей под маркой Toyota. Данный показатель превосходит результат 2011 года на почти 3,7 %. Toyota является одним из лидеров в области применения гибридных технологий. С 1997 года корпорация запустила

массовое производство модели Toyota Prius. Немно о позже гибридные модификации появились и у модели Camry, а также некоторых моделей Lexus. К 2030 году компания планирует перевести всю свою линейку автомобилей на технологию гибридных и электродвигателей.

Вторым крупнейшим концерном является немецкая компания Volkswagen Group. Как и Toyota, корпорация Volkswagen была основана в 1937 году. VW Group состоит примерно из 350 компаний, занимающихся производством автомобилей и связанными с этим комплектующих. К Volkswagen относятся такие бренды как Volkswagen, Audi, Seat, Skoda, Bentley, Bugatti, Lamborghini, Scania AB, MAN AG, Porsche. Выручка концерна в 2012 году возросла до \$254,03 млрд., показав рост на 21,2 % г/г. При этом чистая прибыль составила примерно \$28,63 млрд., в то время как годом ранее данный показатель равнялся примерно \$19,84 млрд., тем самым чистая прибыль выросла на 44,3% г/г. А вот продажи автомобилей выросли в 2012 году на 9,0 %. За полный 2012 год компания продала около 9,26 млн. автомобилей.

Замыкает тройку автопроизводителей концерн General Motors. Компания начала свою работу намного раньше конкурентов, еще в 1908 году. В настоящее время корпорации принадлежат такие автомобильные марки как Cadillac, Chevrolet, GMC, Opel, Vauxhall. При этом компания активно сотрудничает с другими производителями, а именно, разрабатывает совместные автомобили и двигатели с Fiat, Alfa Romeo, Ferrari, Maserati. Интересно, что одним из основных держателей акций GM является Министерство Финансов США, которое владеет почти 36,4 % акций компании. Дело в том, что правительство США спасало GM от банкротства в 2009 году, после чего основная часть управления корпорацией перешла в руки правительственной организации. В 2012 году выручка GM достигла отметки \$152,25 млрд., рост год к году составил 1,3 %. При этом корпорация в 2012 году зафиксировала чистую прибыль в размере \$6,19 млрд. по сравнению с \$9,19 млрд. годом ранее. Таким образом, чистая прибыль упала на 32,7 % г/г. В 2012 году компания продала 9,20 млн. автомобилей, что на 2,9 % лучше, чем годом ранее.

Среди китайских производителей автомобилей следует выделить компании FAW, Chery, Geely и Great Wall. Стоит отметить, что большинство автомобилей, выпускаемых в Китае, производится по лицензии мировых брендов, например Volkswagen и GM. Так, 10 заводов компании GM находятся в Азиатском регионе. Volkswagen AG имеет 13 заводов по производству автомобилей и комплектующих к ним в Азии. Основным преимуществом китайской продукции является частое обновление модельного ряда и низкая стоимость продукции по сравнению с японскими и южнокорейскими автомобилями. Однако разговоры о том, что качество китайских автомобилей значительно ниже, чем у соседей, часто бывает правдой. Вместе с этим, в последние годы заметны тенденции улучшения качества китайской продукции. Свидетельством этому может служить повышение спроса покупателей на автомобили из Поднебесной – в 2012 году каждый четвертый автомобиль в мире был произведен в Китае.

### **Тенденции и перспективы автомобильного сектора**

К концу 2012 года общемировые продажи автомобилей с электродвигателями с начала производства данных автомобилей составляли примерно 190 тысяч, что составляет примерно 0,02 % от общего числа автомобилей на планете. К 2020 году, по прогнозам, число электромобилей увеличится до 20 миллионов штук, а их доля в общем числе автомобилей достигнет 2 %. В 2012 году продажи авто с электродвигателями составили 113 тыс., в то время как аналогичный показатель в 2011 году равнялся всего лишь 45 тыс., тем самым рост продаж год к году составил 151,1 %. Малая доля электромобилей на рынке на данный момент связана прежде всего с тем, что срок зарядки аккумуляторных батарей в большинстве случаев очень мал и позволяет проехать на одной зарядке всего 100 км., после которых понадобится не меньше пары часов на его полную зарядку. Однако уже сейчас известны случаи, когда электромобили становятся более практичными. Так Tesla Model S способна проехать на одной зарядке аккумулятора около 480 км. на скорости до 90 км/ч. Для дальнейшего внедрения

электромобилей и их повсеместного использования в жизни потребуются не только существенные изменения производства на заводах автомобильных компаний, но и развитие инфраструктуры, а именно, создание «заправочных» электрических станций.

Ещё одним минусом автомобилей с электрическими двигателями является их цена. На данный момент средняя стоимость автомобиля с электрическим двигателем составляет \$42,177, в то время как автомобиль, работающий на бензине, в среднем стоит \$19,170. Таким образом, пока электромобиль обходится почти на 120,0 % дороже, чем его бензиновый аналог.

В США в 2012 году было продано около 439 тысяч автомобилей с гибридными двигателями, в то время как продажи в 2011 году составляли примерно 250 тысяч гибридов, то есть рост составил 75,6 %. На гибридные автомобили пришлось примерно 10,7 % от всех продаж в США в 2012 году. Пока данный сегмент автомобильной промышленности выглядит наиболее перспективно, так как обеспечивает хорошее соотношение удобства, цены и экологичности.

### **Налоговые сборы, таможенные пошлины и экологические нормы, регулирующие сектор**

#### *Налоговые сборы*

В разных странах мира действуют свои законы и нормы, регулирующие сектор автомобильного строения. Так, в США не существует Федерального транспортного налога, однако во всех штатах установлен ежегодный сбор на регистрацию транспортных средств. Некоторые штаты облагают автовладельцев дополнительными налогами, которые зависят от нынешней стоимости автомобиля или от его массы. В России действует многоуровневая система налогов, которыми облагается владение автомобильным средством. Если в 2011 году за каждую лошадиную силу автомобиля мощностью менее 200 л. с. автовладельцу приходилось платить в среднем 25,00 руб., то в 2013 году данная сумма составит 30,67 руб., то есть налог увеличится на 22,7 % г/г. При этом данные налоговые пошлины могут быть увеличены в десятки раз в разных субъектах Российской Федерации. Несомненно, увеличение налоговых сборов приведёт к увеличению стоимости автомобилей для покупателей, что может негативно отразиться на динамике продаж.

Стоит отметить, что с начала 2012 года Китай ведёт упорную таможенную войну с США. Ставка таможенных пошлин до конца 2014 года на производимые в США автомобили будет варьироваться от 2,0 % до 21,5 % от стоимости ввозимого автомобиля. При этом наивысшая ставка грозит продукции небольших корпораций из США, которые производят дорогие спортивные автомобили. А вот минимальные ставки будут применяться к американским подразделениям европейских и азиатских компаний, таких как BMW и Honda. По прогнозам такие таможенные тарифы приведут к увеличению стоимости продукции GM в Китае на 8,8–12,9 %. Китайское правительство предполагает, что такие меры приведут к тому, что американские концерны будут вынуждены строить свои заводы на территории Поднебесной, что положительно скажется на экономике Китая.

В России с 1 сентября 2012 года введен утилизационный сбор на ввозимые из-за границы автомобили. Базовая величина сбора составит 20 тысяч рублей, однако, например, для автомобилей, с момента выпуска которых прошло более трёх лет и объем двигателя которых больше 3500 кубических сантиметров, величина сбора может достигать 700 тыс. рублей. Данные меры приняты для того, чтобы российские производители могли хоть как-то конкурировать с компаниями из Европы, Азии и Северной Америки. Крупнейшие страны, такие как Япония, Китай и США, совсем недавно подали жалобу в ВТО в связи с введением утилизационного сбора, а ранее аналогичную жалобу подал Евросоюз. Данная ситуация может закончиться серьёзными санкциями в отношении России.

#### *Экологические нормы*

С каждым годом правительства разных стран принимают более жесткие законы о защите окружающей среды. Автомобильный сектор является одним из самых опасных в плане вредных выбросов в атмосферу – на его долю приходится около 17,0 % выбросов парниковых газов во всем мире. В данный момент одним из важнейших документов в плане регулирования

выбросов вредных веществ является экологический стандарт Евро-5, который вступил в силу 1 сентября 2009 года и действует на территории Европы. Однако на все ввозимые автомобили ограничения стандарта Евро-5 будут введены только 1 января 2014 года. Таким образом, усиление влияния азиатских производителей в Европе в последние годы можно вполне объяснить менее строгими экологическими запретами к азиатским автомобилям. В 2015 году планируется вступление в силу экологического стандарта Евро-6, а уже в 2013 году азиатские производители вынуждены будут конкурировать с остальными мировыми автопроизводителями на равных условиях на рынке Европы.

Таким образом, существует немало проблем в сфере автомобильного производства. С каждым годом автопроизводителям из других стран становится все сложнее конкурировать на иностранных рынках. В конечном итоге преимуществом обладают корпорации, которые выпускают относительно дешевые автомобили. К таким производителям, безусловно, в первую очередь, относится Китай, который уже сейчас занимает почти четверть мирового рынка производимых автомобилей. Именно на дешевом и среднем ценовом сегменте автомобилей наименее заметно скажется увеличение налоговых пошлин, которое приведёт к повышению цен на них.

**Задание:**

На основе описанной ситуации провести конкурентный анализ в рамках модели «5 сил» М. Портера.

1. Угроза появления новых конкурентов. (Определение барьеров для входа в отрасль (5–7 барьеров)
2. Рыночная власть покупателей. (Каким образом покупатели оказывают давление на деятельность компании?)
3. Рыночная власть поставщиков. (Каким образом поставщики оказывают давление на деятельность компании?)
4. Опасность появления товаров-заменителей. (Поиск новых альтернатив, их плюсы и минусы.)
5. Уровень конкурентной борьбы или внутриотраслевая конкуренция. (Определение основных конкурентов и их преимуществ.)

На основе проведенного конкурентного анализа выбрать и обосновать конкурентную стратегию по М. Портеру из предложенных вариантов:

- 1) Конкурентная стратегия лидерства в продукте. (Создание уникального товара в отрасли.)
- 2) Конкурентная стратегия лидерства в издержках. (Ценовое лидерство, низкие издержки на производство продукции.)
- 3) Конкурентная стратегия фокусирования лидерства в продукте. (Производство нового типа продукции ориентированной для определенной группы потребителей.)
- 4) Конкурентная стратегия фокусирования лидерства в издержках (Производство продукции с учетом минимизации издержек, ориентированной для определенной группы потребителей.)

**2.4. Рекомендации по оцениванию эссе (докладов, сообщений)**

Максимальное количество баллов	Критерии
Отлично	Выставляется обучающемуся, если он выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив проблему содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно правового характера. Обучающийся знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой

	области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно.
Хорошо	Выставляется обучающемуся, если работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены отдельные ошибки в оформлении работы.
Удовлетворительно	Выставляется обучающемуся, если в работе студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в содержании проблемы, оформлении работы.
Неудовлетворительно	Выставляется обучающемуся, если работа представляет собой пересказанный или полностью заимствованный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

### **ТЕМЫ ЭССЕ (РЕФЕРАТОВ, ДОКЛАДОВ, СООБЩЕНИЙ) ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ**

1. Сущность и методология стратегического управления территорией.
2. Муниципальное образование: субъект и объект управления муниципальным развитием.
3. Сравнительные характеристики стратегического подхода к муниципальному управлению.
4. Муниципальная собственность и реализация правомочий собственника. Местный бюджет. Правовой ресурс.
5. Информационный ресурс и муниципальная статистика.
6. Организационный ресурс и муниципальные кадры. Программы развития муниципальных кадров.
7. Привлечение средств для реализации территориальных проектов и программ стратегического развития.
8. Определение структуры органов местного самоуправления.
9. Структура исполнительно - распорядительного органа местного самоуправления, обеспечивающая разработку и реализацию стратегии территориального развития.
10. Функциональные и отраслевые территориальные структуры.
11. Стратегическое и оперативное управление.
12. Формы прямого волеизъявления и их использование в стратегическом планировании и реализации стратегии.
13. Обязанности органов местного самоуправления по обеспечению прямого волеизъявления населения.
14. Участие населения в осуществлении местного самоуправления и выработке стратегии территориального развития.
15. Понятие стратегии развития территории и стратегии развития муниципального образования.
16. Взаимодействие местного самоуправления с органами государственной власти по вопросам развития территории.
17. Реестр расходных обязательств муниципального образования как правовая основа муниципальной стратегии.
18. Теория и практика стратегического планирования. Элементы стратегического планирования. Основные этапы стратегического планирования.

19. Методы стратегического планирования.
20. Технология SWOT анализа внешней ситуации и внутренней среды.
21. Критерии приоритетности проектов и программ.
22. Муниципальные политики, программы, проекты: принципы, содержание и организационные форматы.
23. Методология стратегического развития муниципального образования.
24. Анализ среды муниципального образования.
25. Стратегические варианты развития муниципального образования.
26. Прогноз социально-экономического развития муниципального образования
27. Правовые основы выбора механизмов реализации стратегии развития.
28. Планирование муниципальной деятельности.
29. Муниципальные программы и проекты.
30. Муниципальные социальные стандарты.
31. Бюджетирование, ориентированное на результат.
32. Бюджетный процесс в муниципальном образовании.
33. Инвестиционная политика в муниципальном образовании.
34. Понятие мониторинга, оценка деятельности, эффективность, результативность, социальная значимость муниципальной деятельности.
35. Мониторинг как комплексный управленческий инструмент.
36. Показатели эффективности и результативности: выбор соответствующих целям и задачам муниципального развития.

### **ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ ПО РАЗДЕЛАМ (ТЕМАМ) ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

1. Понятие и сущность стратегического управления и
2. Муниципальное образование: субъект и объект управления территориальным развитием.
3. Принципы стратегического управления.
4. Сравнительные характеристики стратегического подхода к территориальному управлению.
5. Методы стратегического управления.
6. Согласование и координация целей субъектов муниципального развития.
7. Проблемы реализации стратегий развития муниципального образования.
8. Механизмы реализации стратегии муниципального образования.
9. Муниципальная собственность и реализация правомочий собственника.
10. Местный бюджет.
11. Правовой ресурс.
12. Информационный ресурс и муниципальная статистика.
13. Организационный ресурс и муниципальные кадры.
14. Программы развития муниципальных кадров.
15. Привлечение средств для реализации проектов и программ стратегического развития.
16. Современная российская модель организационных структур местного самоуправления.
17. Определение структуры органов местного самоуправления.
18. Структура исполнительно-распорядительного органа местного самоуправления, обеспечивающая разработку и реализацию стратегии муниципального развития.
19. Муниципальные учреждения.
20. Участие органов и должностных лиц местного самоуправления в гражданских правоотношениях.
21. Функциональные и отраслевые структуры.
22. Стратегическое и оперативное управление.
23. Допустимость и недопустимость совмещения функций в одном подразделении (у одного лица).



24. Обеспечивающие подразделения.
25. Соответствие оргструктуры потребностям реализации муниципальной стратегии.
26. Формы прямого волеизъявления и их использование в стратегическом планировании и реализации стратегии.
27. Обязанности органов местного самоуправления по обеспечению прямого волеизъявления населения.
28. Участие населения в осуществлении местного самоуправления и выработке стратегии муниципального развития.
29. Установление правовых гарантий участия населения в осуществлении местного самоуправления.
30. Формы участия населения в осуществлении местного самоуправления.
31. Привлечение населения к формированию целей развития и оценки имеющихся ресурсов.
32. Отчеты, информирование граждан о деятельности органов и должностных лиц местного самоуправления по разработке и реализации муниципальной стратегии.
33. Работа органов местного самоуправления с партиями, общественными и иными некоммерческими организациями, с предпринимательскими структурами при прогнозировании, разработке и реализации стратегических программ.
34. Работа органов местного самоуправления со средствами массовой информации и их привлечение к освещению целей, задач, мероприятий и результатов реализации стратегии муниципального развития.
35. Понятие стратегии развития территории и стратегии развития муниципального образования.
36. Необходимость стратегического планирования в деятельности органов местного самоуправления.
37. Взаимодействие с органами государственной власти по вопросам развития территории.
38. Реестр расходных обязательств муниципального образования как правовая основа муниципальной стратегии.
39. Теория и практика стратегического планирования.
40. Элементы стратегического планирования.
41. Основные этапы стратегического планирования.
42. Методы стратегического планирования.
43. Риски и ограничения по использованию.
44. Технология SWOT анализа внешней ситуации и внутренней среды.
45. Критерии приоритетности проектов и программ.
46. Принципы эффективного использования ресурсов
47. Муниципальные программы, проекты.
48. Технологии управления социальными изменениями.
49. Методология стратегического развития муниципального образования.
50. Анализ среды муниципального образования.
51. Стратегические варианты развития муниципального образования.
52. Прогноз социально-экономического развития муниципального образования
53. Правовые основы выбора механизмов реализации стратегии развития.
54. Планирование муниципальной деятельности.
55. Муниципальные программы и проекты.
56. Муниципальные услуги.
57. Муниципальные социальные стандарты.
58. Способы организации муниципальных услуг.
59. Организация оказания муниципальных услуг.
60. Муниципальный заказ и муниципальные задания.
61. Управленческий смысл реестра расходных обязательств.
62. Среднесрочное финансовое планирование.
63. Бюджетирование, ориентированное на результат.
64. Бюджетный процесс в муниципальном образовании.

65. Градостроительная деятельность и управление землей в муниципальном образовании как одна из основ реализации муниципальной стратегии.
66. Инвестиционная политика в муниципальном образовании.
67. Программы поддержки и развития предпринимательства.
68. Сущность и основные направления социальной политики.
69. Понятие мониторинг, оценка деятельности, эффективность, результативность, социальная значимость муниципальной деятельности.
70. Мониторинг как комплексный управленческий инструмент.
71. Показатели эффективности и результативности: выбор соответствующих целям и задачам муниципального развития.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ

Направление подготовки	<u>38.03.04 Государственное и муниципальное управление</u>
Профиль	<u>Управление проектами</u>
Кафедра	<u>инновационного менеджмента и управления проектами</u>
Дисциплина (модуль)	<u>Оценка эффективности государственных и муниципальных проектов и программ</u>
Курс <u>3</u> Семестр <u>5</u>	Форма обучения <u>очная</u>

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №1**

**Тестовые задания:**

*Выберите один правильный вариант ответа*

*Выбрать правильный вариант ответа*

*1. Относительная оценка характеристик территориального образования, которая выясняется в процессе сравнения, – это:*

- а) конкуренция;
- б) конкурентоспособность;
- в) конъюнктура;
- г) позиционирование.

*2. Аргументами, используемыми в маркетинге для характеристики уровня функционирования территориального образования, являются:*

- а) количество приезжающих туристов и стоимостный объем оказываемых им услуг;
- б) потребительские характеристики жилищного фонда, коммунальных услуг, благоустройства;
- в) потребительские характеристики жилищного фонда, коммунальных услуг, систем благоустройства и общего образования;
- г) состояние и динамика благосостояния, производства, инфраструктуры.

*3. Антимаркетинговая ориентация в организации коммунального обслуживания проявляется в том, что:*

- а) качество услуг мало зависит от оплаты;
- б) потребитель не осведомлен о возможных услугах;
- в) качество услуг слабо дифференцировано;
- г) потребители критически относятся к качеству предоставляемых услуг.

*4. Деятельность, направленная на развитие на территории цивилизованных рыночных отношений, маркетингового подхода к территориальным ресурсам, продукции и услугам, – это:*

- а) маркетинг территориального образования;
- б) маркетинг некоммерческих субъектов;
- в) маркетинг внутритерриториального образования;
- г) социальный маркетинг.

*5. К элементам, не входящим в состав комплекса территориального маркетинга, относятся:*

- а) конкуренты;
- б) продукт;
- в) цена;
- г) население;
- д) продвижение;
- е) каналы сбыта;

ж) маркетинговые исследования.

6. *Способность эффективного функционирования территориального образования в перспективе – это:*

- а) конкурентный потенциал;
- б) конкурентоспособность;
- в) стратегия развития;
- г) сегментация.

7. *Приоритетное значение в территориальном маркетинге имеют факторы:*

- а) политической среды;
- б) демографической среды;
- в) экономической среды;
- г) природно-климатической среды;
- д) социально-культурной и религиозной среды.

8. *Основные понятия маркетинга в порядке их усложнения:*

- а) нужда;
- б) запрос;
- в) потребность;
- г) потребительская удовлетворенность;
- д) потребительская ценность.

9. *Стратегия муниципального образования – это:*

- а) комплекс базовых решений по достижению генеральной цели; б) создание механизмов, формирующих систему товародвижения;
- в) правило, которому необходимо следовать в организации хозяйственной деятельности;
- г) условия, при которых осуществляется деятельность муниципального образования.

10. *К факторам, способствующим появлению муниципального маркетинга, относятся:*

- а) бюрократизм аппарата власти;
- б) увеличение доходов населения;
- в) увеличение численности населения;
- г) рост числа политических партий;
- д) сокращение финансирования муниципальных проектов.

11. *Среди приведенных параметров, определяющие имидж города, отметьте наиболее значимый:*

- а) качество жизни (наличие жилья для различных социальных групп населения, социальных услуг, сооружений для отдыха, качество продуктов питания, уровень и доступность образования и лечения);
- б) кадровые ресурсы (их подготовка, повышение квалификации, адаптация к новым условиям и требованиям);
- в) инфраструктура (транспорт, связь, средства передачи данных, гостиницы, бытовые услуги и пр.);
- г) высокие технологии (способность города развивать и поддерживать высокотехнологичные отрасли, обновлять существующую базу);
- д) все вышеперечисленные факторы.

12. *Способность эффективного функционирования территориального образования в перспективе – это:*

- а) конкурентный потенциал;
- б) конкурентоспособность;
- в) стратегия развития;
- г) сегментация.

13. *Изучение информации по вторичным источникам – это:*

- а) полевые исследования;
- б) кабинетные исследования;
- в) комбинированные исследования;

г) периодические исследования.

14. Совокупность различных видов деятельности и сетей по доведению информации о городе до потенциальных потребителей и стимулирование у них желания «потреблять» товар – это:

- а) позиционирование;
- б) продвижение;
- в) фокусирование;
- г) маркетинговые коммуникации.

### Уровень 2

Укажите соответствие между терминами, обозначающими свойства информации, и их определениями:

1. Актуальность	Единство предмета исследования (25 %)
2. Релевантность	Своевременность, новизна (25 %)
3. Сопоставимость	Необходимые и достаточные условия для принятия решений (25 %)
4. Полнота	Соответствие решаемой проблеме (25 %)

### Уровень 3

Оцените ожидания разных групп потребителей, выделив наиболее значимые характеристики (не менее 4) территориального продукта – транспортной инфраструктуры города Донецка. Результаты представьте в виде таблицы:

Характеристики территориального продукта	Частные лица	Коммерческие организации	Некоммерческие организации
1.			
2.			
3.			
4.			

Экзаменатор: \_\_\_\_\_ Е.В. Пономаренко

Утверждено на заседании кафедры, протокол от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Зав. кафедрой: \_\_\_\_\_ Е.Л. Морозов