

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Читинский институт (филиал)

ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра финансы и управление

УТВЕРЖДЕН

на заседании кафедры финансов и управления

24 ноября 2025 г. протокол № 3

Заведующий кафедрой

С.Л. Курьянова



**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ  
(ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ)  
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ  
Б1.У.3 Конкурентоспособность и брендинг территории**

Направление подготовки: 38.04.04 Государственное и муниципальное управление

Направленность (профиль): Система государственного и муниципального управления

Квалификация: магистр

Чита, 2025 г.

**Структура  
фонда оценочных средств  
по дисциплине «Конкурентоспособность и брендинг территории»**

№ п/п	Этапы формирования компетенций	Перечень формируемых компетенций	ЗУНы (З.1, У1, Н1...)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах формирования, описания шкал оценивания
1	Теоретические основы конкуренции территорий	ПК-2	З. Знать подходы к обеспечению конкурентоспособности территорий	1. Сравнительный анализ понятий конкурентоспособности товара и конкурентоспособности территории	корректность и полнота сравнения - до 10 б. (10)
2	Управление конкурентоспособностью территорий	ПК-2	З. Знать подходы к обеспечению конкурентоспособности территорий У. Уметь организовывать деятельность по обеспечению конкурентоспособности территорий Н. Владеть навыками разработки решений по обеспечению конкурентоспособности территорий	2. Эссе на тему «Роль органов власти в повышении конкурентоспособности территории» 3. Стратегическое видение и миссия территории 4. SWOT-анализ территории 5. Стратегический маркетинг территории	адекватность оценок и выводов - до 5 б. (5)адекватность и реалистичность предложений - до 10 б. (10)полнота анализа - до 10 б., корректность и реалистичность предложений - до 10 б. (20)полнота и реалистичность разработок - до 25 б. (25)
3	Брендинг территорий	ПК-2	З. Знать подходы к обеспечению конкурентоспособности и территорий У. Уметь организовывать дея-	6. Брендинг территории: анализ 7. Брендинг территории: разработка	корректность и полнота анализа - до 15 б. (15)корректность и реалистичность предложений - до 15 б.

			<p>тельность по обеспечению конкурентоспособности и территорий</p> <p>Н. Владеть навыками разработки решений по обеспечению конкурентоспособности территорий</p>		(15)
4	Итого по текущей аттестации	ПК-2	<p>З. Знать подходы к обеспечению конкурентоспособности территорий</p> <p>У. Уметь организовывать деятельность по обеспечению конкурентоспособности территорий</p> <p>Н. Владеть навыками разработки решений по обеспечению конкурентоспособности территорий</p>		100
5	Промежуточная аттестация	ПК-2	<p>З. Знать подходы к обеспечению конкурентоспособности территорий</p> <p>У. Уметь организовывать деятельность по обеспечению конкурентоспособности территорий</p> <p>Н. Владеть навыками разработки решений по обеспечению конкурентоспособности территорий</p>	зачет	100

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ЧИТИНСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)  
ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Кафедра финансы и управление

**Сравнительный анализ понятий конкурентоспособности товара и конкурентоспособности территории**

Проведение сравнительного анализа конкурентоспособности товара и территории предполагает выявление сходств и различий, преимуществ и недостатков каждого понятия, а также факторов, определяющих их. Вот пошаговая инструкция:

**1. Определение и понимание ключевых терминов:**

• **Конкурентоспособность товара:** Способность товара быть более привлекательным для потребителя, чем аналогичные товары других производителей, за счет уникальных потребительских свойств, цены, качества, дизайна, сервиса и других факторов. В конечном итоге, это способность товара успешно продаваться на рынке и приносить прибыль.

• **Конкурентоспособность территории:** Характеристика, определяющая способность территории (региона, города, страны) привлекать и удерживать ресурсы (капитал, труд, технологии, инвестиции, туристов, квалифицированных специалистов) и обеспечивать более высокий уровень жизни для своих жителей, чем другие территории.

**2. Определение критериев сравнения:**

Составьте список критериев, по которым вы будете сравнивать эти два понятия. Вот примерный список:

- **Объект конкуренции:** Что, собственно, конкурирует?
- **Субъекты конкуренции:** Кто является участниками конкуренции?
- **Цель конкуренции:** Какова главная цель конкуренции?
- **Ключевые факторы конкурентоспособности:** Какие факторы определяют успех объекта конкуренции?
- **Потребители/Целевая аудитория:** Кто является потребителями/бенефициарами конкуренции? На кого направлено воздействие конкуренции?
- **Оценка конкурентоспособности:** Как измеряется или оценивается конкурентоспособность? Какие показатели используются?
- **Управление конкурентоспособностью:** Какие стратегии и инструменты используются для повышения конкурентоспособности?
- **Влияние на экономику:** Как конкуренция влияет на экономику (микро- и макроуровень)?
- **Сфера применения концепции:** Где применяется концепция конкурентоспособности (практически)?
- **Временной аспект:** На какой период ориентирована конкуренция? (краткосрочный, долгосрочный)
- **Уровень агрегации:** На каком уровне рассматривается конкуренция? (отдельный продукт/услуга, предприятие, отрасль, регион, страна)

**3. Составление таблицы сравнительного анализа:**

Оформите результаты анализа в виде таблицы, где в столбцах будут рассматриваемые понятия ("Конкурентоспособность товара" и "Конкурентоспособность территории"), а в строках – критерии сравнения, определенные на предыдущем шаге. Заполните таблицу, приводя соответствующие характеристики для каждого понятия.

**Пример таблицы:**

Критерий	Конкурентоспособность товара	Конкурентоспособность территории
Объект конкуренции	Конкретный товар или услуга	Территория (регион, город, страна)
Субъекты конкуренции	Производители, предприятия	Другие территории; Регионы, страны
Цель конкуренции	Увеличение продаж, доля рынка, прибыльность	Привлечение ресурсов (инвестиции, население, туристы), повышение уровня жизни
Ключевые факторы	Цена, качество, функциональность, дизайн, бренд, сервис	Инвестиционный климат, инфраструктура, трудовые ресурсы, инновационная активность, качество жизни, природные ресурсы, туристическая привлекательность
Потребители/Целевая аудитория	Покупатели, потребители товара/услуги	Инвесторы, бизнес, население, туристы
Оценка конкурентоспособности	Доля рынка, объем продаж, отзывы потребителей, рентабельность	Рейтинги, индексы (например, индекс глобальной конкурентоспособности), инвестиционные показатели, миграционный прирост, ВРП на душу населения
Управление конкурентоспособностью	Маркетинг, инновации, управление качеством, ценообразование	Стратегическое планирование, улучшение инфраструктуры, стимулирование инноваций, развитие образования, брендинг территории
Влияние на экономику	Рост производства, прибыльность предприятий	Экономический рост, создание новых рабочих мест, увеличение доходов населения
Сфера применения концепции	Маркетинг, менеджмент, экономика предприятия	Региональная экономика, государственное управление, международные отношения
Временной аспект	Ориентация на текущий и ближайшие рыночные изменения	Ориентация на долгосрочные стратегические цели
Уровень агрегации	Конкретный товар/услуга, товарная группа	Регион, страна

#### 4. Анализ сходств и различий, преимуществ и недостатков:

На основе заполненной таблицы выявите:

• **Сходства:** Какие общие черты у конкурентоспособности товара и территории? Например, и то, и другое направлено на привлечение ресурсов. И там и там важна стратегия.

- **Различия:** В чем кардинально отличаются эти понятия? Например, объект конкуренции, целевая аудитория, измерители успешности.

- **Преимущества конкурентоспособности товара:**

- Более гибкое реагирование на изменения рынка
- Более быстрая отдача от инвестиций в конкурентоспособность

- **Недостатки конкурентоспособности товара:**

- Ограниченность масштаба воздействия (влияет в основном на одно предприятие/товар)
- Зависимость от макроэкономической ситуации

- **Преимущества конкурентоспособности территории:**

- Масштабное воздействие на экономику и уровень жизни
- Устойчивость к краткосрочным рыночным колебаниям

- **Недостатки конкурентоспособности территории:**

- Более инерционная система управления
- Требуется значительные инвестиции и долгосрочное планирование

## **5. Выводы:**

Сформулируйте общие выводы по результатам сравнительного анализа. Подчеркните, как понимание конкурентоспособности территории может помочь в развитии отдельных предприятий и как конкурентоспособные товары способствуют повышению конкурентоспособности территории в целом. Отметьте синергию между этими двумя понятиями.

### **Пример выводов:**

Конкурентоспособность товара и территории – это взаимосвязанные понятия. Конкурентоспособная территория создает благоприятную среду для развития конкурентоспособных предприятий и производства конкурентоспособных товаров. В свою очередь, успешные предприятия, производящие конкурентоспособные товары, способствуют росту экономики территории, повышению ее инвестиционной привлекательности и улучшению уровня жизни населения. Эффективное управление конкурентоспособностью должно учитывать эту взаимосвязь и строиться на принципах синергии.

### **Дополнительные советы:**

- Используйте актуальные статистические данные и рейтинги для подтверждения ваших аргументов.
- Приводите конкретные примеры успешных товаров и территорий, демонстрирующих высокую конкурентоспособность.
- Обратите внимание на роль инноваций в повышении конкурентоспособности как товаров, так и территорий.
- Учитывайте влияние глобализации и международной конкуренции на конкурентоспособность территорий.
- Рассмотрите кейсы, иллюстрирующие взаимосвязь между конкурентоспособностью товара и территории. Например, успех автомобильной промышленности в Германии влияет на конкурентоспособность всей страны.

## **Структура эссе на тему "Роль органов власти в повышении конкурентоспособности территории":**

### **I. Введение (10-15% объема)**

- **Актуальность темы:** Обоснование важности повышения конкурентоспособности территорий в современных экономических условиях (глобализация, регионализация, необходимость привлечения инвестиций и т.д.).

- **Определение понятия "конкурентоспособность территории":** Предложите рабочее определение, подчеркивающее способность территории привлекать ресурсы (инвестиции, трудовые ресурсы, бизнес и т.д.) и обеспечивать высокий уровень жизни.

- **Тезис:** Четко сформулируйте основную идею эссе – утверждайте, какую именно роль играют органы власти (например, ключевая, определяющая, вспомогательная) в повышении конкурентоспособности территории. Укажите, что вы будете доказывать эту роль, рассматривая определенные аспекты (например, создание благоприятного инвестиционного климата, развитие инфраструктуры и т.д.).

## **II. Теоретическая основа (Краткий обзор) (10-15% объема)**

- **Основные факторы конкурентоспособности территории:** Укажите ключевые факторы, которые влияют на конкурентоспособность территории (например, экономические, социальные, инфраструктурные, экологические, институциональные).

- **Теоретические подходы к роли органов власти:** Кратко опишите существующие теоретические взгляды на роль государства и муниципальных органов власти в развитии территорий (например, концепция "государства-предпринимателя", теория "регулирующего государства", концепция "партнерства государства и частного сектора").

## **III. Основная часть (Анализ роли органов власти) (50-60% объема)**

- **Создание благоприятного инвестиционного климата:**

- **Роль органов власти:** Разработка и реализация инвестиционной политики, снижение административных барьеров, предоставление налоговых льгот и преференций, создание особых экономических зон, поддержка малого и среднего бизнеса.

- **Примеры успешных практик:** Приведите конкретные примеры успешных мер, предпринятых органами власти для привлечения инвестиций в определенные регионы (ссылки на источники обязательны).

- **Возможные проблемы и пути их решения:** Обсудите возможные проблемы, связанные с привлечением инвестиций, и предложите решения (например, коррупция, недостаток квалифицированных кадров, неразвитая инфраструктура).

- **Развитие инфраструктуры:**

- **Роль органов власти:** Инвестиции в транспортную, энергетическую, телекоммуникационную и социальную инфраструктуру, создание благоприятных условий для развития жилищного строительства.

- **Примеры успешных практик:** Приведите примеры успешных инфраструктурных проектов, реализованных с участием органов власти.

- **Возможные проблемы и пути их решения:** Обсудите проблемы, связанные с развитием инфраструктуры (например, нехватка финансирования, экологические риски, длительные сроки реализации проектов) и предложите решения.

- **Развитие человеческого капитала и инновационной деятельности:**

- **Роль органов власти:** Поддержка образования и науки, развитие системы профессиональной подготовки и переподготовки кадров, стимулирование инновационной деятельности, создание технологических парков и бизнес-инкубаторов.

- **Примеры успешных практик:** Приведите примеры успешных образовательных, научных и инновационных проектов, реализованных с участием органов власти.

- **Возможные проблемы и пути их решения:** Обсудите проблемы, связанные с развитием человеческого капитала и инновационной деятельности (например, "утечка мозгов", недостаток финансирования научных исследований, слабая связь между наукой и бизнесом) и предложите решения.

- **Обеспечение социальной стабильности и улучшение качества жизни:**

- **Роль органов власти:** Реализация социальных программ, поддержка здравоохранения и культуры, обеспечение безопасности и правопорядка, улучшение экологической ситуации.
- **Примеры успешных практик:** Приведите примеры успешных социальных проектов, реализованных с участием органов власти.
- **Возможные проблемы и пути их решения:** Обсудите проблемы, связанные с обеспечением социальной стабильности и улучшением качества жизни (например, социальное неравенство, высокий уровень преступности, экологические проблемы) и предложите решения.
- **Эффективное управление и межрегиональное сотрудничество:**
  - **Роль органов власти:** Внедрение принципов эффективного управления, борьба с коррупцией, создание благоприятного делового климата, развитие межрегионального и международного сотрудничества.
  - **Примеры успешных практик:** Приведите примеры успешных управленческих решений и проектов межрегионального сотрудничества.
  - **Возможные проблемы и пути их решения:** Обсудите проблемы, связанные с эффективным управлением и межрегиональным сотрудничеством (например, бюрократия, коррупция, политические разногласия) и предложите решения.

#### IV. Заключение (10-15% объема)

- **Обобщение основных выводов:** Кратко повторите основные аргументы, подтверждающие роль органов власти в повышении конкурентоспособности территории.
- **Оценка перспектив:** Оцените перспективы повышения конкурентоспособности территорий с учетом деятельности органов власти. Возможно, стоит упомянуть о новых трендах (например, цифровизация, устойчивое развитие) и их влиянии на конкурентоспособность.
- **Практические рекомендации:** Предложите конкретные рекомендации органам власти по повышению конкурентоспособности территории.

#### Важные замечания:

- **Конкретика:** Не ограничивайтесь общими фразами. Используйте конкретные примеры, статистические данные, ссылки на исследования и нормативные документы.
- **Критический анализ:** Не просто перечисляйте меры, предпринятые органами власти, но и критически оценивайте их эффективность.
- **Аргументированность:** Все утверждения должны быть подкреплены аргументами и доказательствами.
- **Логика:** Структура эссе должна быть логичной и последовательной.
- **Оформление:** Соблюдайте правила оформления научной работы (шрифт, интервал, ссылки и т.д.).

структура эссе на тему "Роль органов власти в повышении конкурентоспособности территории":

#### I. Введение (10-15% объема)

- **Актуальность темы:** Обоснование важности повышения конкурентоспособности территорий в современных экономических условиях (глобализация, регионализация, необходимость привлечения инвестиций и т.д.).



- **Определение понятия "конкурентоспособность территории":** Предложите рабочее определение, подчеркивающее способность территории привлекать ресурсы (инвестиции, трудовые ресурсы, бизнес и т.д.) и обеспечивать высокий уровень жизни.

- **Тезис:** Четко сформулируйте основную идею эссе – утверждайте, какую именно роль играют органы власти (например, ключевая, определяющая, вспомогательная) в повышении конкурентоспособности территории. Укажите, что вы будете доказывать эту роль, рассматривая определенные аспекты (например, создание благоприятного инвестиционного климата, развитие инфраструктуры и т.д.).

## **II. Теоретическая основа (Краткий обзор) (10-15% объема)**

- **Основные факторы конкурентоспособности территории:** Укажите ключевые факторы, которые влияют на конкурентоспособность территории (например, экономические, социальные, инфраструктурные, экологические, институциональные).

- **Теоретические подходы к роли органов власти:** Кратко опишите существующие теоретические взгляды на роль государства и муниципальных органов власти в развитии территорий (например, концепция "государства-предпринимателя", теория "регулирующего государства", концепция "партнерства государства и частного сектора").

## **III. Основная часть (Анализ роли органов власти) (50-60% объема)**

- **Создание благоприятного инвестиционного климата:**

- **Роль органов власти:** Разработка и реализация инвестиционной политики, снижение административных барьеров, предоставление налоговых льгот и преференций, создание особых экономических зон, поддержка малого и среднего бизнеса.

- **Примеры успешных практик:** Приведите конкретные примеры успешных мер, предпринятых органами власти для привлечения инвестиций в определенные регионы (ссылки на источники обязательны).

- **Возможные проблемы и пути их решения:** Обсудите возможные проблемы, связанные с привлечением инвестиций, и предложите решения (например, коррупция, недостаток квалифицированных кадров, неразвитая инфраструктура).

- **Развитие инфраструктуры:**

- **Роль органов власти:** Инвестиции в транспортную, энергетическую, телекоммуникационную и социальную инфраструктуру, создание благоприятных условий для развития жилищного строительства.

- **Примеры успешных практик:** Приведите примеры успешных инфраструктурных проектов, реализованных с участием органов власти.

- **Возможные проблемы и пути их решения:** Обсудите проблемы, связанные с развитием инфраструктуры (например, нехватка финансирования, экологические риски, длительные сроки реализации проектов) и предложите решения.

- **Развитие человеческого капитала и инновационной деятельности:**

- **Роль органов власти:** Поддержка образования и науки, развитие системы профессиональной подготовки и переподготовки кадров, стимулирование инновационной деятельности, создание технологических парков и бизнес-инкубаторов.

- **Примеры успешных практик:** Приведите примеры успешных образовательных, научных и инновационных проектов, реализованных с участием органов власти.

- **Возможные проблемы и пути их решения:** Обсудите проблемы, связанные с развитием человеческого капитала и инновационной деятельности (например, "утечка мозгов", недостаток финансирования научных исследований, слабая связь между наукой и бизнесом) и предложите решения.

- **Обеспечение социальной стабильности и улучшение качества жизни:**

- **Роль органов власти:** Реализация социальных программ, поддержка здравоохранения и культуры, обеспечение безопасности и правопорядка, улучшение экологической ситуации.
- **Примеры успешных практик:** Приведите примеры успешных социальных проектов, реализованных с участием органов власти.
- **Возможные проблемы и пути их решения:** Обсудите проблемы, связанные с обеспечением социальной стабильности и улучшением качества жизни (например, социальное неравенство, высокий уровень преступности, экологические проблемы) и предложите решения.
- **Эффективное управление и межрегиональное сотрудничество:**
  - **Роль органов власти:** Внедрение принципов эффективного управления, борьба с коррупцией, создание благоприятного делового климата, развитие межрегионального и международного сотрудничества.
  - **Примеры успешных практик:** Приведите примеры успешных управленческих решений и проектов межрегионального сотрудничества.
  - **Возможные проблемы и пути их решения:** Обсудите проблемы, связанные с эффективным управлением и межрегиональным сотрудничеством (например, бюрократия, коррупция, политические разногласия) и предложите решения.

#### IV. Заключение (10-15% объема)

- **Обобщение основных выводов:** Кратко повторите основные аргументы, подтверждающие роль органов власти в повышении конкурентоспособности территории.
- **Оценка перспектив:** Оцените перспективы повышения конкурентоспособности территорий с учетом деятельности органов власти. Возможно, стоит упомянуть о новых трендах (например, цифровизация, устойчивое развитие) и их влиянии на конкурентоспособность.
- **Практические рекомендации:** Предложите конкретные рекомендации органам власти по повышению конкурентоспособности территории.

#### Важные замечания:

- **Конкретика:** Не ограничивайтесь общими фразами. Используйте конкретные примеры, статистические данные, ссылки на исследования и нормативные документы.
- **Критический анализ:** Не просто перечисляйте меры, предпринятые органами власти, но и критически оценивайте их эффективность.
- **Аргументированность:** Все утверждения должны быть подкреплены аргументами и доказательствами.
- **Логика:** Структура эссе должна быть логичной и последовательной.
- **Оформление:** Соблюдайте правила оформления научной работы (шрифт, интервал, ссылки и т.д.).

#### Краткая структура выполнения ситуационных заданий по теме Управление конкурентоспособностью территорий:

**Выполнение заданий позволит закрепить знания** подходов к обеспечению конкурентоспособности территорий, сформировать умения организовывать деятельность по обеспечению конкурентоспособности территорий, отработать навыки владения разработкой решений по обеспечению конкурентоспособности территорий (ПК-2)

##### 1. Стратегическое видение и миссия территории:

- **Цель:** Определить долгосрочные устремления территории и ее основное предназначение.

- **Структура:**

- **Стратегическое видение:**

- **Описание:** Представление о том, какой должна стать территория в будущем (обычно на горизонте 10-20 лет).

- **Вопросы, на которые отвечает:** "Какой мы хотим видеть нашу территорию через X лет?", "Каким потенциалом мы хотим обладать?", "Какое место мы хотим занимать в стране/мире?"

- **Характеристики:** Вдохновляющее, амбициозное, реалистичное, четкое, перспективное.

- **Миссия:**

- **Описание:** Краткое изложение основной цели существования территории, ее предназначения в настоящее время.

- **Вопросы, на которые отвечает:** "Зачем существует эта территория?", "Какую пользу она приносит своим жителям, стране, миру?", "Что отличает эту территорию от других?"

- **Характеристики:** Конкретная, измеримая (в идеале), достижимая, релевантная, ограниченная по времени (SMART).

- **Процесс разработки:**

- Анализ текущей ситуации (SWOT-анализ, PEST-анализ).

- Определение ключевых ценностей территории.

- Формулировка видения и миссии с учетом интересов всех заинтересованных сторон (жителей, бизнеса, власти).

- Согласование и утверждение.

- **2. SWOT-анализ территории:**

- **Цель:** Выявить сильные и слабые стороны территории, а также ее возможности и угрозы.

- **Структура:**

- **Матрица SWOT:**

- **Strengths (Сильные стороны):** Внутренние ресурсы и преимущества, которые помогают территории достигать своих целей (например, выгодное географическое положение, развитая инфраструктура, квалифицированная рабочая сила, богатые природные ресурсы, уникальные культурные достопримечательности).

- **Weaknesses (Слабые стороны):** Внутренние ограничения и недостатки, которые мешают территории достигать своих целей (например, изношенная инфраструктура, высокая безработица, низкий уровень доходов населения, экологические проблемы).

- **Opportunities (Возможности):** Внешние факторы, которые могут способствовать развитию территории (например, новые рынки, инвестиционные проекты, технологические инновации, государственная поддержка).

- **Threats (Угрозы):** Внешние факторы, которые могут негативно повлиять на развитие территории (например, экономический кризис, усиление конкуренции, изменение климата, политическая нестабильность).

- **Этапы проведения SWOT-анализа:**

- Сбор информации о территории (статистические данные, аналитические отчеты, мнения экспертов).

- Идентификация сильных и слабых сторон территории.

- Идентификация возможностей и угроз во внешней среде.

- Заполнение матрицы SWOT.

- Анализ матрицы SWOT (SO, ST, WO, WT стратегии).

- Разработка рекомендаций по использованию сильных сторон и возможностей, а также по снижению влияния слабых сторон и угроз.

- **3. Стратегический маркетинг территории:**

- **Цель:** Создать и продвигать положительный имидж территории, привлечь инвестиции, туристов, квалифицированную рабочую силу и новых жителей.

- **Структура:**

- **Анализ текущей ситуации:**
  - Анализ целевой аудитории (инвесторы, туристы, жители, бизнес).
  - Анализ конкурентов (другие территории, конкурирующие за ресурсы).
  - Анализ собственного имиджа территории.
  - SWOT-анализ (повторение применительно к маркетингу территории).
- **Определение целей и задач маркетинга территории:**
  - Привлечение инвестиций (объем, отрасли).
  - Увеличение туристического потока (количество туристов, доходы от туризма).
  - Привлечение квалифицированной рабочей силы (количество специалистов, отрасли).
  - Повышение узнаваемости территории и улучшение ее имиджа.
- **Разработка маркетинговой стратегии:**
  - Определение позиционирования территории (уникальное торговое предложение – УТП).
    - Выбор целевых аудиторий.
    - Разработка маркетингового комплекса (4P/7P):
      - **Product (Продукт):** Территория как продукт, ее характеристики и преимущества (инфраструктура, инвестиционный климат, природные ресурсы, культурное наследие).
      - **Price (Цена):** Стоимость жизни, стоимость ведения бизнеса, налоговые ставки.
      - **Place (Место):** Доступность территории, транспортная инфраструктура, логистика.
      - **Promotion (Продвижение):** Каналы коммуникации (СМИ, интернет, социальные сети, выставки, конференции, PR-акции, брендинг).
      - **People (Люди):** Качество рабочей силы, уровень образования, отношение к инвесторам и туристам.
      - **Process (Процесс):** Простота и удобство получения услуг, оформления документов.
      - **Physical Evidence (Материальное доказательство):** Инфраструктура, архитектура, чистота и благоустроенность территории.
  - **Реализация маркетинговой стратегии:**
    - Разработка маркетингового плана.
    - Бюджетирование.
    - Осуществление маркетинговых мероприятий.
  - **Оценка эффективности маркетинговой стратегии:**
    - Мониторинг показателей (количество инвестиций, туристов, новых жителей).
    - Анализ результатов.
    - Корректировка стратегии при необходимости.

В каждой из этих частей важно:

- **Содержательность:** Не просто перечисление пунктов, а глубокий анализ и обоснованные выводы.

- **Конкретика:** Использование примеров, данных.

- **Аналитичность:** Критический взгляд на ситуацию, выявление проблем и возможностей.

- **Практикоориентированность:** Рекомендации, которые можно реализовать на практике.

## Краткая структура задания по брендингу территории:

### 1. Брендинг территории: Анализ

- **Цель:** Оценить текущее состояние бренда территории, выявить его сильные и слабые стороны, а также определить возможности для улучшения и развития.
- **Структура:**
  1. **Введение:**
    - Обоснование актуальности брендинга территории.
    - Формулировка цели и задач анализа.
  2. **Анализ текущего имиджа территории:**
    - **Исследование восприятия территории целевыми аудиториями:**
      - Методы исследования: опросы, интервью, анализ упоминаний в СМИ и социальных сетях, анализ отзывов туристов и инвесторов.
      - Определение ключевых ассоциаций, связанных с территорией (позитивных и негативных).
      - Выявление сильных и слабых сторон текущего имиджа.
    - **Анализ визуальной идентичности территории:**
      - Оценка существующей символики (герб, флаг, логотип, фирменный стиль).
      - Оценка использования визуальных элементов в рекламе, на сайтах и других каналах коммуникации.
      - Оценка соответствия визуальной идентичности ценностям и позиционированию территории.
    - **Анализ коммуникационной стратегии территории:**
      - Оценка используемых каналов коммуникации (СМИ, интернет, социальные сети, туристические выставки).
      - Оценка эффективности коммуникационных мероприятий.
      - Анализ тона и стиля коммуникаций.
  3. **Анализ конкурентного окружения:**
    - Определение территорий-конкурентов (регионы, города, страны).
    - Анализ их брендов (позиционирование, визуальная идентичность, коммуникационная стратегия).
    - Выявление конкурентных преимуществ и недостатков территории.
  4. **Анализ целевых аудиторий:**
    - Определение основных целевых групп (инвесторы, туристы, жители, квалифицированные специалисты, бизнес).
    - Анализ их потребностей, мотиваций и ожиданий.
    - Определение ключевых сообщений для каждой целевой группы.
  5. **SWOT-анализ бренда территории:** (Аналогично SWOT территории, но фокусируется на бренде)
    - **Strengths:** Сильные стороны существующего бренда (например, уникальные природные достопримечательности, богатое культурное наследие, развитая инфраструктура).
    - **Weaknesses:** Слабые стороны существующего бренда (например, низкая узнаваемость, негативный имидж, отсутствие уникальности).
    - **Opportunities:** Возможности для развития бренда (например, новые туристические рынки, привлечение инвестиций, развитие инновационных отраслей).

- **Threats:** Угрозы для бренда (например, усиление конкуренции, экономический кризис, экологические проблемы).

6. **Выводы:**

- Оценка текущего состояния бренда территории.
- Выделение ключевых проблем и возможностей.
- Формулировка целей и задач для разработки нового бренда или репозиционирования существующего.

## 2. Брендинг территории: Разработка

- **Цель:** Создать или обновить бренд территории, который будет эффективно привлекать целевые аудитории, формировать положительный имидж и способствовать социально-экономическому развитию.

- **Структура:**

1. **Введение:**

- Краткое описание результатов анализа текущего состояния бренда.
- Формулировка цели и задач разработки нового бренда или репозиционирования существующего.

2. **Разработка платформы бренда:**

- **Определение миссии и видения территории:** (Возможно, потребует корректировки существующих).

- **Определение ценностей территории:** Какие ценности лежат в основе бренда (например, инновации, экологичность, гостеприимство, безопасность).

- **Определение позиционирования территории:** Как территория должна восприниматься целевыми аудиториями.

- **Разработка слогана/девиза территории:** Краткая, запоминающаяся фраза, отражающая суть бренда.

3. **Разработка визуальной идентичности:**

- **Разработка логотипа:** Уникальный, запоминающийся символ, отражающий суть бренда.

- **Разработка фирменного стиля:** Цветовая палитра, шрифты, графические элементы, используемые во всех коммуникациях.

- **Разработка брендбука:** Документ, содержащий правила использования логотипа, фирменного стиля и других элементов визуальной идентичности.

4. **Разработка коммуникационной стратегии:**

- **Определение целевых аудиторий и ключевых сообщений для каждой группы.**

- **Выбор каналов коммуникации:** СМИ, интернет, социальные сети, туристические выставки, рекламные кампании.

- **Разработка плана коммуникационных мероприятий:** Презентации, пресс-конференции, фестивали, конкурсы, рекламные ролики.

- **Разработка контент-стратегии:** Типы контента, темы, стиль изложения.

5. **Разработка стратегии внедрения бренда:**

- Определение этапов внедрения бренда.

- Разработка плана обучения сотрудников и партнеров.

- Разработка системы мониторинга и оценки эффективности бренда.

9. **Ожидаемые результаты:**

- Описание ожидаемых результатов внедрения нового бренда (например, увеличение туристического потока, привлечение инвестиций, повышение узнаваемости территории).

- Разработка ключевых показателей эффективности (KPI) для оценки результатов.

### Общие рекомендации:

- **Уникальность:** Бренд должен отражать уникальные черты и преимущества территории.
- **Аутентичность:** Бренд должен быть основан на реальных фактах и ценностях.
- **Интегрированность:** Все элементы бренда должны быть согласованы и работать вместе.
- **Долгосрочность:** Бренд должен быть рассчитан на долгосрочную перспективу.
- **Привлекательность:** Бренд должен быть привлекательным для целевых аудиторий.
- **Вовлеченность:** Максимально вовлекайте местных жителей, бизнес и другие заинтересованные стороны в процесс создания и развития бренда.

Краткая структура задания по брендингу территории:

## 1. Брендинг территории: Анализ

- **Цель:** Оценить текущее состояние бренда территории, выявить его сильные и слабые стороны, а также определить возможности для улучшения и развития.
- **Структура:**
  1. **Введение:**
    - Обоснование актуальности брендинга территории.
    - Формулировка цели и задач анализа.
  2. **Анализ текущего имиджа территории:**
    - **Исследование восприятия территории целевыми аудиториями:**
      - Методы исследования: опросы, интервью, анализ упоминаний в СМИ и социальных сетях, анализ отзывов туристов и инвесторов.
      - Определение ключевых ассоциаций, связанных с территорией (позитивных и негативных).
      - Выявление сильных и слабых сторон текущего имиджа.
    - **Анализ визуальной идентичности территории:**
      - Оценка существующей символики (герб, флаг, логотип, фирменный стиль).
      - Оценка использования визуальных элементов в рекламе, на сайтах и других каналах коммуникации.
      - Оценка соответствия визуальной идентичности ценностям и позиционированию территории.
    - **Анализ коммуникационной стратегии территории:**
      - Оценка используемых каналов коммуникации (СМИ, интернет, социальные сети, туристические выставки).
      - Оценка эффективности коммуникационных мероприятий.
      - Анализ тона и стиля коммуникаций.
  3. **Анализ конкурентного окружения:**
    - Определение территорий-конкурентов (регионы, города, страны).
    - Анализ их брендов (позиционирование, визуальная идентичность, коммуникационная стратегия).
    - Выявление конкурентных преимуществ и недостатков территории.
  4. **Анализ целевых аудиторий:**
    - Определение основных целевых групп (инвесторы, туристы, жители, квалифицированные специалисты, бизнес).
    - Анализ их потребностей, мотиваций и ожиданий.
    - Определение ключевых сообщений для каждой целевой группы.
  5. **SWOT-анализ бренда территории:** (Аналогично SWOT территории, но фокусируется на бренде)

- **Strengths:** Сильные стороны существующего бренда (например, уникальные природные достопримечательности, богатое культурное наследие, развитая инфраструктура).
- **Weaknesses:** Слабые стороны существующего бренда (например, низкая узнаваемость, негативный имидж, отсутствие уникальности).
- **Opportunities:** Возможности для развития бренда (например, новые туристические рынки, привлечение инвестиций, развитие инновационных отраслей).
- **Threats:** Угрозы для бренда (например, усиление конкуренции, экономический кризис, экологические проблемы).
- 6. **Выводы:**
  - Оценка текущего состояния бренда территории.
  - Выделение ключевых проблем и возможностей.
  - Формулировка целей и задач для разработки нового бренда или репозиционирования существующего.

## 2. Брендинг территории: Разработка

- **Цель:** Создать или обновить бренд территории, который будет эффективно привлекать целевые аудитории, формировать положительный имидж и способствовать социально-экономическому развитию.
- **Структура:**
  1. **Введение:**
    - Краткое описание результатов анализа текущего состояния бренда.
    - Формулировка цели и задач разработки нового бренда или репозиционирования существующего.
  2. **Разработка платформы бренда:**
    - **Определение миссии и видения территории:** (Возможно, потребует корректировки существующих).
    - **Определение ценностей территории:** Какие ценности лежат в основе бренда (например, инновации, экологичность, гостеприимство, безопасность).
    - **Определение позиционирования территории:** Как территория должна восприниматься целевыми аудиториями.
    - **Разработка слогана/девиза территории:** Краткая, запоминающаяся фраза, отражающая суть бренда.
  3. **Разработка визуальной идентичности:**
    - **Разработка логотипа:** Уникальный, запоминающийся символ, отражающий суть бренда.
    - **Разработка фирменного стиля:** Цветовая палитра, шрифты, графические элементы, используемые во всех коммуникациях.
    - **Разработка брендбука:** Документ, содержащий правила использования логотипа, фирменного стиля и других элементов визуальной идентичности.
  4. **Разработка коммуникационной стратегии:**
    - **Определение целевых аудиторий и ключевых сообщений для каждой группы.**
      - **Выбор каналов коммуникации:** СМИ, интернет, социальные сети, туристические выставки, рекламные кампании.
      - **Разработка плана коммуникационных мероприятий:** Презентации, пресс-конференции, фестивали, конкурсы, рекламные ролики.
      - **Разработка контент-стратегии:** Типы контента, темы, стиль изложения.
  5. **Разработка стратегии внедрения бренда:**
    - Определение этапов внедрения бренда.
    - Разработка плана обучения сотрудников и партнеров.



- Разработка системы мониторинга и оценки эффективности бренда.
- 9. **Ожидаемые результаты:**
  - Описание ожидаемых результатов внедрения нового бренда (например, увеличение туристического потока, привлечение инвестиций, повышение узнаваемости территории).
  - Разработка ключевых показателей эффективности (KPI) для оценки результатов.

#### **Общие рекомендации:**

- **Уникальность:** Бренд должен отражать уникальные черты и преимущества территории.
- **Аутентичность:** Бренд должен быть основан на реальных фактах и ценностях.
- **Интегрированность:** Все элементы бренда должны быть согласованы и работать вместе.
- **Долгосрочность:** Бренд должен быть рассчитан на долгосрочную перспективу.
- **Привлекательность:** Бренд должен быть привлекательным для целевых аудиторий.
- **Вовлеченность:** Максимально вовлекайте местных жителей, бизнес и другие заинтересованные стороны в процесс создания и развития бренда.

#### **Проверочный тест: Конкурентоспособность и брендинг территории**

**Инструкция:** Выберите один или несколько правильных ответов в зависимости от типа вопроса.

##### **I. Вопросы с выбором одного правильного ответа:**

1. **Что в первую очередь характеризует конкурентоспособность территории?** а) Площадь территории. б) Количество жителей. в) Способность привлекать и удерживать ресурсы (инвестиции, население, квалифицированные кадры). (**Правильный ответ**) д) Наличие природных ресурсов.
2. **Какой элемент НЕ является фактором, влияющим на конкурентоспособность территории?** а) Развитая инфраструктура. б) Географическое положение. в) Политическая стабильность. д) Население Земли. (**Правильный ответ**)
3. **Что такое брендинг территории?** а) Процесс продажи земельных участков. б) Разработка и продвижение уникального образа территории. (**Правильный ответ**) в) Только создание логотипа и слогана. д) Проведение маркетинговых исследований.
4. **Что является целью брендинга территории?** а) Увеличение численности населения любой ценой. б) Привлечение только иностранных инвестиций. в) Формирование положительного имиджа для привлечения ресурсов и улучшения качества жизни. (**Правильный ответ**) д) Повышение цен на недвижимость.
5. **Какой элемент является частью "платформы бренда" территории?** а) Только логотип. б) Миссия и видение территории. (**Правильный ответ**) в) Размер бюджета на рекламу. д) Количество туристических агентств.

##### **II. Вопросы с выбором нескольких правильных ответов:**

6. **Какие факторы влияют на инвестиционную привлекательность территории? (Выберите три варианта)** а) Низкий уровень преступности. (**Правильный ответ**) б) Высокая стоимость жизни. в) Прозрачная система управления и отсутствие коррупции. (**Правильный ответ**) д) Развитая транспортная инфраструктура. (**Правильный ответ**) е) Ограниченность доступа к информации.
7. **Какие каналы могут использоваться для продвижения бренда территории? (Выберите три варианта)** а) Только телевидение и радио. б) Интернет и социальные

сети. (**Правильный ответ**) с) Туристические выставки и конференции. (**Правильный ответ**) d) СМИ (газеты, журналы). (**Правильный ответ**) е) Закрытые правительственные совещания.

8. **Что включает в себя визуальная идентичность территории? (Выберите два варианта)** а) Только фотографии достопримечательностей. b) Логотип и фирменный стиль. (**Правильный ответ**) с) Размер территории. d) Цветовая палитра и шрифты. (**Правильный ответ**) е) Количество парков.

9. **Какие элементы SWOT-анализа используются при оценке конкурентоспособности территории? (Выберите все подходящие варианты)** а) Strengths (Сильные стороны) (**Правильный ответ**) b) Weaknesses (Слабые стороны) (**Правильный ответ**) с) Opportunities (Возможности) (**Правильный ответ**) d) Threats (Угрозы) (**Правильный ответ**) е) Prices (Цены)

10. **Какие целевые аудитории могут быть заинтересованы в бренде территории? (Выберите все подходящие варианты)** а) Инвесторы (**Правильный ответ**) b) Туристы (**Правильный ответ**) с) Местные жители (**Правильный ответ**) d) Квалифицированные специалисты, рассматривающие возможность переезда (**Правильный ответ**) е) Только правительство.

### **III. Вопросы типа "Верно/Неверно":**

11. **Верно/Неверно: Успешный брендинг территории всегда приводит к немедленному увеличению инвестиций.** (Неверно)

12. **Верно/Неверно: Конкурентоспособность территории зависит только от её экономических показателей.** (Неверно)

13. **Верно/Неверно: Миссия территории – это описание её долгосрочного видения.** (Неверно)

14. **Верно/Неверно: SWOT-анализ позволяет выявить не только внутренние, но и внешние факторы, влияющие на территорию.** (Верно)

15. **Верно/Неверно: Целью брендинга территории является создание уникального и запоминающегося образа, который помогает привлекать ресурсы и повышать качество жизни.** (Верно)

### **IV. Вопросы на установление соответствия:**

16. Установите соответствие между термином и его определением:

○ **Термин:**

1. Конкурентоспособность территории

2. Брендинг территории

3. Визуальная идентичность

○ **Определение:** а) Разработка и продвижение уникального и привлекательного образа территории. b) Совокупность визуальных элементов, используемых для представления территории (логотип, фирменный стиль и т.д.). с) Способность территории эффективно использовать имеющиеся ресурсы для привлечения инвестиций, туристов и квалифицированных кадров.

○ **Ответы:** 1-с, 2-а, 3-б

### **V. Открытые вопросы (требуют краткого ответа):**

17. **Приведите пример территории, бренд которой, по вашему мнению, является особенно успешным. Объясните, почему вы так считаете.** (Пример: Амстердам - ассоциируется с креативностью, инновациями и высоким качеством жизни. Успешно продвигается как город для стартапов и культурного туризма.)

18. **Какие основные проблемы могут возникать при разработке бренда территории? (Пример: Недостаток финансирования, отсутствие единого мнения между заинтересованными сторонами, несоответствие бренда реальному положению дел.)**

## ОБРАЗЕЦ БИЛЕТА

Министерство науки и высшего образования  
Российской Федерации  
институт (филиал)  
государственного бюджетного  
образовательного учреждения  
высшего образования  
«БАЙ-КАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИ-  
ВЕРСИТЕТ»  
(ЧИ ФГБОУ ВО «БГУ»)

Читинский  
Федерального

Направление - 38.04.04 Государ-  
ственное и муниципальное управ-  
ление

Профиль - Система государствен-  
ного и муниципального управления  
Кафедра финансы и управление  
Дисциплина - Конкурентоспособ-  
ность и брендинг территории

### БИЛЕТ № 1

1. Тест (40 баллов).
2. Ситуационная задача. Стратегия маркетинга территории (30 баллов).
3. Ситуационная задача. Ромб конкурентоспособности (30 баллов)

Составитель \_\_\_\_\_ И.М. Кичигина  
Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ С.Л. Курьянова

- 1-й вопрос билета (40 баллов), вид вопроса: Тест/проверка знаний. Критерий: Корректность ответов - до 40 б..
- 2-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на умение. Критерий: Правильно выполненное задание - до 30 б..
- 3-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на навыки. Критерий: Правильно выполненное задание - до 30 б.

### **Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Система критериев оценки определяет оценку успеваемости по каждому заданию (вопросу) экзаменационного билета или заданию для зачета с использованием интервальной шкалы баллов, применяемой в привязке к рейтинговой 100-балльной системе

### **ОЦЕНКА ОТВЕТА НА ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ВОПРОС В УСТНОЙ ИЛИ ПИСЬМЕННОЙ ФОРМЕ:**

Оценка «отлично» / «зачтено» (91-100 баллов) выставляется при соблюдении следующих условий: Ответ отличается глубиной и полнотой, свободным владением понятийно-категориальным (терминологическим) аппаратом изученной дисциплины. Отражает знание не только основной, но и дополнительной литературы. Приведены примеры, отражающие умение связать теорию с практикой. Ответ изложен логически последовательно, грамотно и корректно.

Оценка «хорошо» / «зачтено» (76-90 баллов) выставляется при соблюдении следующих условий: Ответ отличается полнотой, владением понятийно-категориальным (терминологическим) аппаратом изученной дисциплины, но в ответе могут присутствовать неточности. Отражает знание основной литературы. Приведены примеры, отражающие

умение связать теорию с практикой. Ответ изложен логически последовательно, грамотно и корректно, но недостаточно аргументирован.

Оценка «удовлетворительно» / «зачтено» (61-75 баллов) выставляется при соблюдении следующих условий: В ответе отражено знание понятийно-категориального (терминологического) аппарата изучаемой дисциплины, но присутствуют отдельные ошибки и неточности. Ответ характеризуется недостаточным знанием рекомендованной литературы. Примеры, отражающие умение связать теорию с практикой, тривиальны, либо отсутствуют. Ответ неполный, носит фрагментарный, непоследовательный характер.

Оценка «неудовлетворительно» / «не зачтено» (0-60 баллов) выставляется при соблюдении следующих условий: Ответ характеризуется незнанием, либо фрагментарным представлением о понятийно-категориальном аппарате дисциплины, содержит множество ошибок. Примеры и иллюстрации отсутствуют. Ответ логически непоследователен.

### **ОЦЕНКА ВЫПОЛНЕНИЯ ТЕСТОВОГО ЗАДАНИЯ**

**Подсчитывается доля набранных баллов в максимальной сумме баллов за все задания теста:**

- Каждый правильный ответ на тестовый вопрос (тип закрытый тест) оценивается в  $m$  баллов (число  $m$  определяется путем деления максимального количества баллов за выполнение теста в структуре экзаменационного билета/задания на количество тестовых заданий);
- Каждый частично правильный ответ на тестовый вопрос (тип закрытый тест) оценивается в  $m/2$  баллов независимо от соотношения правильно/неправильно выбранных вариантов (число  $m$  определяется путем деления максимального количества баллов за выполнение теста в структуре экзаменационного билета/задания на количество тестовых заданий);
- Каждый неправильный ответ на тестовый вопрос (тип закрытый тест) оценивается в 0 баллов.

Оценка «отлично»/ «зачтено» (91-100 баллов) выставляется, если доля набранных баллов составляет 91-100%.

Оценка «хорошо»/ «зачтено» (76-90 баллов), если доля набранных баллов составляет 76-90%.

Оценка «удовлетворительно»/ «зачтено» (61-75 баллов), если доля набранных баллов составляет 61-75%.

Оценка «неудовлетворительно»/ «не зачтено» (0-60 баллов), если доля набранных баллов составляет не более 60%.