ПРАКТИКУМ

1. Аналитическое исследование

Проанализируйте основные задачи регионального маркетинга в государственном секторе (не меньше 7). Ответ оформите в виде таблицы.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Задача (Для чего) | Потребитель (Для кого) | Меры  (Каким образом) |
|  |  |  |

2. Теоретическое исследование

Обоснуйте необходимость маркетингового мышления у современного государственного и муниципального служащего. Поясните, в чем это мышление состоит и каким образом его можно сформировать.

3. Аналитическое исследование

Проанализируйте территорию (на примере субъекта РФ): как административную единицу РФ; как часть определенного региона (в том числе и федерального округа); во взаимосвязи с другими территориями (по менеджменту, общности проводимой социально-экономической политики и т. д.); с точки зрения «дружбы» с другими территориями (в силу наличия или, напротив, отсутствия объективных причин для этого, в силу традиции и т. д.); с точки зрения конкурирования с другими территориями и пр.

4. Поисковое исследование

На примере территории (субъекта РФ – по выбору студента) составьте список известных и авторитетных ее жителей (не менее 10 человек).

5. Аналитическое исследование

Проанализируйте бренд региона (территории) и обоснуйте, каким образом данный бренд помогает или «мешает» социально-экономическому развитию региона (территории).