

Основным результатом данной статьи является описание последовательных этапов разработанной методики оценки эффективности учебного процесса для оптимизации образования в системе высшего образования. Для каждого этапа методики определен перечень действий, необходимых для ее выполнения, и представлен алгоритм выполнения методики с использованием IDFO-диаграммы.

#### **Список литературы**

1. Минкова А.С. Сравнительный анализ математических моделей и методов оптимизации учебного процесса // Проект для России: сб. ст. уч. VII МНСК «Проект для России», 16.04.2016. — М.: Финуниверситет, 2016. — С. 1326-1329./[Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.fa.ru/projects/mnsk/Pages/default.aspx>
2. Богомолов Б.Б. Организационно-экономическое моделирование. Моделирование бизнес-процессов. М.: РХТУ, 2011. – 96 с.
3. Шеннон Р. Ю. Имитационное моделирование систем — наука и искусство / Пер. с англ.; Под ред. С. К. Масловского. М.: Мир, 1978. – 420 с.

© А.С. Минкова, 2017

**УДК 351**

**Е.С. Морозова**

магистрант 2 курса факультета Управления  
Институт правоведения и предпринимательства  
г. Санкт-Петербург, Россия

### **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ КАК ФАКТОРА РАЗВИТИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА**

Одна из основных целей муниципального образования — обеспечение инвестиционной привлекательности территории. За счет развития данного критерия происходят позитивные изменения в экономике, увеличивается доля занятого населения, повышается уровень дохода бюджета.

Муниципальное образование считается менее рискованным заемщиком, так как оно имеет постоянные источники доходов, «встроено» в региональную и федеральную бюджетную систему, обладает значительной собственностью и проч.

Для повышения конкурентоспособности территории в сфере инвестиций необходимо сделать акцент на создании или поддержании имиджа муниципалитета.

Создание имиджа муниципалитета является одним из основных методов повышения конкурентоспособности территории в сфере инвестиций.

Имиджем территории можно считать относительно устойчивую и проявляющуюся в массовом и индивидуальном сознании населения совокупность эмоциональных, рациональных представлений, убеждений и ощущений, которые появляются

---

[1, . 45]

[4 . 22]

[5 . 251]

- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 

[6 . 7]

(Event- ).

vent-

- 
- 
- 
- 

( );

( ). [3 . 26]

Таким образом, благодаря использованию комплекса инструментов, появляется возможность разработки стратегии формирования имиджа муниципального образования [2].

Резюмируя вышесказанное, можно сделать вывод, что социальный имидж территории является мощным инструментом развития инвестиционной привлекательности и активности муниципального образования. Формирование имиджа должно быть первостепенной задачей муниципалитетов Российской Федерации. При качественно разработанной стратегии формирования или совершенствования уже имеющегося имиджа территория повышает свои конкурентные преимущества для привлечения крупных инвесторов, в том числе и иностранных, что само по себе является одним из важнейших факторов развития экономики в целом.

1. Комарова Т.М. Роль органов местного самоуправления в формировании положительного имиджа муниципального образования // Социально-экономические явления и процессы. 2016. №4.

2. Пригода Л.В. Имидж муниципального образования как составляющая инвестиционной привлекательности территории // Вестник СибГАУ. 2010. №1.

3. Терских М.В., Стручкинская М.Е. Специальные мероприятия как инструмент формирования имиджа территории (на примере г. Омска) // Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы. 2010. №2 (10).

4. Элеменкина В.В. Имидж муниципальных образований: структура, функции и проблемы формирования / В. В. Элеменкина // Человек. Сообщество. Управление. Выпуск №3. – Москва, 2008. – С. 20-32.

5. Эрдынеев Б.Ю. Стратегия формирования имиджа города: основные принципы и этапы / Б. Ю. Эрдынеев // Брендинг малых и средних городов России: опыт, проблемы, перспективы. — Екатеринбург, 2012. — С. 251-254.

6. Яшина Е.З. Имиджевый подход как ресурс стратегического управления муниципальным образованием // Региональное развитие. 2015. №7 (11).

аспирант  
Кубанский государственный технологический университет  
г. Краснодар, Россия

Неопределенность внешней среды, санкционные ограничения инвестиционного капитала и инновационных технологий формируют ряд вызовов перед региональным бизнесом, заставляя его разрабатывать и применять на практике новые инструмен-