

Паспорт научной специальности
5.2.3. «Региональная и отраслевая экономика»

Область науки:

5. Социальные и гуманитарные науки

Группа научных специальностей

5.2. Экономика

Наименование отрасли науки, по которой присуждаются ученые степени:

Экономические

Шифр научной специальности:

5.2.3. Региональная и отраслевая экономика

Направления исследований (по специализациям):

1. Региональная экономика.

1.1. Теории пространственной и региональной экономики.

1.2. Пространственная организация национальной экономики.
Пространственное распределение экономических ресурсов.

1.3. Региональное экономическое развитие и его факторы. Проблемы сбалансированности регионального развития. Сбалансированность региональных социально-экономических комплексов.

1.4. Экономическое районирование.

1.5. Оценка роли регионов в национальной экономике, их вклада в экономическое развитие страны.

1.6. Мониторинг социально-экономического развития регионов.
Региональная экономическая динамика.

1.7. Факторы устойчивости региональных экономических систем.

1.8. Структура региональной экономики по отраслям и формам собственности. Экономическая специализация регионов.

1.9. Проблемы региональной социально-экономической дифференциации.
Инструменты сглаживания региональных диспропорций в национальной экономике.

1.10. Региональные и локальные рынки. Проблема обеспечения единства экономического пространства.

1.11. Региональная экономическая политика: цели, инструменты, оценка результатов.

1.12. Теоретические и прикладные аспекты экономики федеративных отношений. Бюджетный федерализм.

1.13. Экономические и социальные проблемы местного самоуправления.
Межмуниципальное сотрудничество.

1.14. Особые экономико-правовые режимы регионального и местного развития.

1.15. Оценка эффективности региональной экономической политики в Российской Федерации, федеральных округах, субъектах федерации и

муниципальных образованиях.

1.16. Оценка и прогнозирование перспектив развития региональных экономических систем.

4. Экономика сферы услуг.

4.1. Теоретико-методологические основы анализа проблем развития отраслей сферы услуг.

4.2. Вопросы оценки и повышения эффективности хозяйственной деятельности на предприятиях и в отраслях сферы услуг.

4.3. Закономерности функционирования и развития отраслей сферы услуг.

4.4. Ресурсный потенциал отраслей сферы услуг и эффективность его использования.

4.5. Формирование и функционирование рынков услуг.

4.6. Бизнес-процессы на предприятиях и в отраслях сферы услуг. Теория и методология прогнозирования бизнес-процессов в сфере услуг.

4.7. Ценообразование в отраслях сферы услуг.

4.8. Конкурентоспособность производителей услуг.

4.9. Экономические основы функционирования некоммерческих организаций в сфере услуг.

4.10. Особенности формирования и развития общественного (государственного) сектора сферы услуг.

4.11. Экономика образования.

4.12. Экономика здравоохранения.

4.13. Экономика торговли. Оптовая и розничная торговля.

4.14. Экономика отраслей связи и телекоммуникаций.

4.15. Туризм и рекреация.

4.16. Политика регулирования и поддержки развития отраслей сферы услуг.

4.17. Государственно-частное партнерство в сфере услуг.

4.18. Социально-экономическая эффективность и качество обслуживания населения в отраслях сферы услуг.

4.19. Особенности малых и средних форм предпринимательской деятельности в отраслях сферы услуг.

4.20. Организационно-экономические механизмы обеспечения инновационного развития отраслей сферы услуг.

4.21. Обеспечение конкурентоспособности предприятий сферы услуг.

10. Маркетинг.

10.1. Теория маркетинга.

10.2. Современные направления и тренды развития маркетинговой деятельности.

10.3. Концептуальные основы, содержание, формы и методы стратегического и операционного маркетинга.

10.4. Моделирование стратегических и операционных маркетинговых решений.

10.5. Маркетинг на рынках товаров и услуг. Маркетинговые стратегии и маркетинговая деятельность хозяйствующих субъектов.

10.6. Состояние и тенденции развития внешней и внутренней среды

маркетинговой деятельности, сегментация рынков и определение рыночных ниш.

10.7. Формирование и развитие интегрированных систем маркетинговой информации. Маркетинговая аналитика.

10.8. Методы и технологии проведения маркетинговых исследований.

10.9. Поведение потребителей как фактор определения маркетинговых стратегий.

10.10. Оценка деятельности конкурентов, ее использование в маркетинговой деятельности компании. Конкурентоспособность товаров (услуг). Бенчмаркинг.

10.11. Товарная и ассортиментная политика. Разработка системы позиционирования и рыночного продвижения товарных марок, создание бренда и управление брендом.

10.12. Стратегии и методы построения маркетинговых каналов распределения товаров.

10.13. Стратегии, формы и методы ценовой и неценовой конкуренции на современных рынках товаров и услуг.

10.14. Маркетинговые коммуникации. Развитие современных форм и методов рекламной деятельности, организация и оценка эффективности рекламы в системе маркетинговых коммуникаций.

10.15. Технологии маркетинга в интернет-среде.

10.16. Современные методы формирования имиджа организации как элемента маркетинговой стратегии.

10.17. Социально-этический маркетинг в системе приоритетов социальной ответственности бизнеса.

10.18. Маркетинг некоммерческих организаций.

10.19. Маркетинг территорий как фактор социально-экономического развития и повышения инвестиционной привлекательности.