

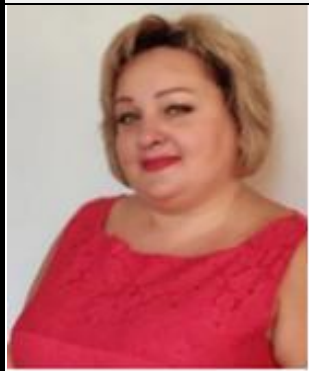


## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Територіальний маркетинг»



<b>Галузь знань</b>		281 Публічне управління та адміністрування		<b>Освітній рівень</b>	бакалавр			
<b>Спеціальність</b>		281 Публічне управління та адміністрування		<b>Семестр</b>	6			
<b>Освітньо-професійна програма</b>		Публічне управління та адміністрування		<b>Тип дисципліни</b>	Вибіркова			
<b>Факультет</b>		Економіки і менеджменту		<b>Кафедра</b>	Менеджмент			
<b>Обсяг:</b>	Кредитів ECTS	Годин	Лекцій	Семінарських занять	За видами занять:			
					практичних	лабораторних занять	самостійна підготовка	Вид контролю
	6	180	36	-	36	-	108	Іспит

### ВИКЛАДАЧ



Бурцева Олена Єгорівна  
Кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту ДДМА.  
Досвід роботи - більше 17 років.  
Автор понад 20 наукових та навчально-методичних праць.  
Провідний лектор з дисциплін: «Контролінг», «Маркетинговий аудит», «Логістика», «Медіа-планування», «Цифровий маркетинг».  
E - mail робітник: burtseva74elena@gmail.com

### АНОТАЦІЯ КУРСУ

#### Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	«Поведінкова економіка», «Міське самоврядування», «Менеджмент», «Комунікації в публічному управлінні»
Освітні компоненти для яких є базовою	«Адміністрування публічних послуг», «Управління проектами в публічній сфері»

## Компетенції відповідно до освітньо-професійної програми

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)	Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетенції
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями.</li> <li>2. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</li> <li>3. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</li> <li>4. Здатність бути критичним і самокритичним.</li> <li>5. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.</li> <li>6. Здатність працювати в команді.</li> <li>7. Здатність планувати та управляти часом.</li> <li>8. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.</li> <li>9. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</li> <li>10. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово</li> <li>11. Здатність спілкуватися іноземною мовою</li> <li>12. Навички міжособистісної взаємодії.</li> <li>13. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів діяльності).</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Здатність до соціальної взаємодії, до співробітництва й розв'язання конфліктів.</li> <li>2. Здатність забезпечувати належний рівень вироблення та використання управлінських продуктів, послуг чи процесів</li> <li>4. Здатність використовувати в процесі підготовки і впровадження управлінських рішень сучасні ІКТ.</li> <li>5. Здатність використовувати в процесі підготовки і впровадження управлінських рішень сучасні ІКТ</li> <li>6. Здатність здійснювати інформаційно-аналітичне забезпечення управлінських процесів із використанням сучасних інформаційних ресурсів та технологій.</li> <li>7. Здатність розробляти тактичні та оперативні плани управлінської діяльності.</li> <li>9. Здатність впроваджувати інноваційні технології.</li> <li>10. Здатність до дослідницької та пошукової діяльності в сфері публічного управління та адміністрування.</li> <li>10. Здатність до дослідницької та пошукової діяльності в сфері публічного управління та адміністрування</li> <li>11. Здатність у складі робочої групи проводити прикладні дослідження в сфері публічного управління та адміністрування</li> </ol>

### Результати навчання відповідно до освітньо-професійної (програмні результати навчання – ПРН)

- ПРН1.** Використовувати базові знання з історичних, культурних, політичних, соціальних, економічних засад розвитку суспільства.
- ПРН 8** Розуміти та використовувати технології вироблення, прийняття та реалізації управлінських рішень.
- ПРН 11** Уміти відшукувати та узагальнювати інформацію, робити висновки і формулювати рекомендації в межах своєї компетенції
- ПРН 13** Використовувати методи аналізу та оцінювання програм сталого розвитку
- ПРН 14** Уміти коригувати діяльність у випадку зміни вихідних умов
- ПРН 18** Виробляти пропозиції щодо планування розвитку органів місцевого самоврядування, визначати їх взаємовідносини, повноваження та фінансове забезпечення

## ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ

<b>Анотація</b>	Дисципліна “Територіальний маркетинг” спрямована на формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок використання маркетингового підходу в системі управління соціально-економічним розвитком територій.
<b>Мета</b>	Формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок використання маркетингового підходу в системі управління соціально-економічним розвитком територій
<b>Формат</b>	Лекції (очний, дистанційний формат), практичні заняття (очний, дистанційний формат), консультації (очний, дистанційний формат), підсумковий контроль – іспит (очний, дистанційний формат).

<b>«Правила гри»</b>	<p>Курс передбачає роботу в колективі.</p> <p>Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.</p> <p><b>Політика щодо дедлайнів та перескладання</b></p> <p>Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу.</p> <p>Самостійна робота включає в себе теоретичне вивчення питань, що стосуються тем лекційних занять, які не ввійшли в теоретичний курс, або ж були розглянуті коротко, їх поглиблена проробка за рекомендованою літературою.</p> <p>Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.</p> <p>Якщо студент відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.</p> <p>Студент, який спізнився, вважається таким, що пропустив заняття з неповажної причини з виставленням 0 балів за заняття, і при цьому має право бути присутнім на занятті.</p> <p>За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни студент видаляється з заняття, за заняття отримує 0 балів.</p> <p><b>Політика академічної доброчесності</b></p> <p>Під час роботи над завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності: при використанні Інтернет ресурсів та інших джерел інформації студент повинен вказати джерело, використане в ході виконання завдання. У разі виявлення факту плагіату студент отримує за завдання 0 балів.</p>

## СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

<b>Лекція 1-2</b>	Сутність територіального маркетингу	<b>Практичне заняття 1-2</b>	Суб'єкти територіального маркетингу Маркетингове середовище території	<b>Самостійна робота</b>	Роль органів влади як суб'єкта територіального маркетингу.
<b>Лекція 3-4</b>	Комплекс інструментів територіального маркетингу	<b>Практичне заняття 3-4</b>	Територіальний продукт як інструмент територіального маркетингу.		Спеціалізація території
<b>Лекція 5-6</b>	Сегментація ринку в територіальному маркетингу	<b>Практичне заняття 5-6</b>	Споживачі ресурсів і суспільних благ території		Зміни відношення та поведінки споживачів територіального продукту
<b>Лекція 7-8</b>	Позиціонування й диференціація території	<b>Практичне заняття 7-8</b>	Привабливість ринкових сегментів у територіальному маркетингу		Специфіка очікувань резидентів та нерезидентів територіального продукту
<b>Лекція 9-10</b>	Аналіз конкуренції в територіальному маркетингу.	<b>Практичне заняття 9-10</b>	Внутрішні та зовнішні конкурентні переваги території		Декомпозиції вигід для споживача при порівнянні територій конкурентів.
<b>Лекція 11-12</b>	Організація та управління територіальним маркетингом	<b>Практичне заняття 11-12</b>	Розробка ділових стратегій території, функціональні стратегії території		Основні інструменти економічного стимулювання інвестицій
<b>Лекція 13-14</b>	Територіальний маркетинг країни	<b>Практичне заняття 13-14</b>	Основні етапи впровадження територіального маркетингу		Аналіз територіального продукту країни
<b>Лекція 15-16</b>	Територіальний маркетинг регіону	<b>Практичне заняття 15-16</b>	Оцінка ефективності від впровадження маркетингу територій		Ціна територіального продукту країни
<b>Лекція 17-18</b>	Маркетинг міста	<b>Практичне заняття 17-18</b>	Брендинг міста		Система маркетингових комунікацій в механізмах державного управління

## МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Комп'ютери с програмним забезпеченням для виконання практичних робіт: Vizualize-онлайн сервіси для створення інфографіки; Microsoft PowerPoint – візуалізація даних; Microsoft Power BI – аналітика та візуалізація даних. Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран; Система дистанційного навчання і контролю Moodle: <http://moodle-new.dgma.donetsk.ua/course/view.php?id=1863>

## ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Основна література	<p align="center"><b>Основна література</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Маркетинг територій: підручник і практикум для академічного бакалаврату / під заг. ред. О. Н. Романенкова. - М, 2016.</li> <li>2. Лепьошкіна Т. Я. Маркетинг як важлива складова політики органів місцевого самоврядування у сфері місцевого розвитку. [Електронний ресурс]. URL: <a href="http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&amp;z=452">http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&amp;z=452</a>.</li> <li>3. Гринкевич С., Брух О., Бернацька І. Вплив маркетингового середовища на розвиток об'єднаних територіальних громад. [Електронний ресурс]. URL: <a href="https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/450512">https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/450512</a>.</li> <li>4. Целых Т.Н. Формирование маркетингового потенциала территории [Електронний ресурс]. URL: <a href="http://old.fa.ru/dep/ods/autorefs/Documents/2018%20год/Целых%20ТН/Автореферат%20%20Целых%20Т.Н.%2017">http://old.fa.ru/dep/ods/autorefs/Documents/2018%20год/Целых%20ТН/Автореферат%20%20Целых%20Т.Н.%2017</a>.</li> <li>5. Краус Н. М., Голобородько О. П., Краус К. М. Цифрова економіка: тренди та перспективи авангардного характеру розвитку. Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». 2018. № 1. URL: <a href="http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&amp;z=6047">http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&amp;z=6047</a></li> <li>6. Брендинг і маркетинг територій. У чому секрет найбільш успішних міст в Україні? [Електронний ресурс]. URL: <a href="https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/486/Regional_BrandingMarketing_2019">https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/486/Regional_BrandingMarketing_2019</a>.</li> <li>7. Кращі практики місцевого економічного розвитку України. «Брендинг і маркетинг територій. У пошуках власного обличчя» [Електронний ресурс]. URL: <a href="http://UAPractice-05-final.indd(mled.org.ua)">UAPractice-05-final.indd(mled.org.ua)</a></li> </ol>	Додаткові джерела	<p align="center"><b>Додаткова література</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Романенко, Є. О. &amp; Чаплай, І. В. (2016). Система маркетингових комунікацій в механізмах державного управління. Актуальні проблеми економіки, (4), 69-78.</li> <li>2. Ромат, Є.В. (2016). Маркетинг у публічному управлінні. ВІСНИК КНТЕУ. (4). 56-67.16. Теоретичні та прикладні питання державотворення Електронне наукове фахове видання ОРІДУ НАДУ при Президентіві України – <a href="http://www.nbu.gov.ua/ejournals/tppd/index.html">http://www.nbu.gov.ua/ejournals/tppd/index.html</a>.</li> <li>3. Дейнега, О.В. &amp; Дейнега, І.О. Державний маркетинг у системі публічного управління. Фінансова спроможність об'єднаних територіальних громад: очікування та реалії: Збірник матеріалів міжнар. наук.-практ. конф. (с. 64-65). 29-30 листопада, 2017, Рівне-Луцьк, Україна.</li> <li>4. Пірен, М.І. (2013). Менеджмент і маркетинг у діяльності державної влади. К.: «Тал» ком».</li> <li>5. Дудкіна О. П. Маркетинг територій як інструмент забезпечення конкурентоспроможного розвитку. Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. 2016. Вип. 21. С.9-13.</li> <li>6. Стратегії та політика розвитку територій : міжнародні, національні, регіональні та локальні виклики : Матеріали Міжнародної науковопрактичної конференції, 10-12 травня 2018 р., Чернівці (Україна) – Сучава (Румунія). – Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2018. – 156 с.</li> </ol>
			<p align="center"><b>Web-ресурси</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Романенко, Є. О. &amp; Чаплай, І. В. (2016). Система маркетингових комунікацій в механізмах державного управління. Актуальні проблеми економіки, (4), 69-78.</li> <li>2. Ромат, Є.В. (2016). Маркетинг у публічному управлінні. ВІСНИК КНТЕУ. (4). 56-67.16. Теоретичні та прикладні питання державотворення Електронне наукове фахове видання ОРІДУ НАДУ при Президентіві України – <a href="http://www.nbu.gov.ua/ejournals/tppd/index.html">http://www.nbu.gov.ua/ejournals/tppd/index.html</a>.</li> </ol>

### СИСТЕМА ОЦІНКИ

Склад модулів		Сума балів	ECST	Оцінка	Рівень компетентності
Форми та методи контролю	Рейтингова оцінка, бали	90 - 100	A	<b>відмінно</b>	<b>Високий</b> Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в робочій програмі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.
Усне опитування на семінарських заняттях або тестування за темами	56	81 - 89	B	<b>добре</b>	<b>Достатній</b> Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни
Виконання самостійної роботи(реферат-презентація,)	106	75 - 80	C		<b>Достатній</b> Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.
Модульна контрольна робота № 1,2	106	65 - 74	D	<b>задовільно</b>	<b>Середній</b> Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни
		55 - 64	E		<b>Середній</b> Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни
		30 - 54	FX		<b>Низький</b> Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни
Підсумкова атестація	100	0 - 29	F	<b>незадовільно</b>	<b>Незадовільний</b> Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни

## ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ З ДИСЦИПЛІНИ ДЛЯ ДЕННОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ

Вид навчальних занять та контролю										Вид підсумкового семестрового контролю
	T1-2	T3-4	T5-6	T7-8	T9-10	T11-12	T13-14	T15-16	T17-18	
Лекції	4	4	4	4	4	4	4	4	4	іспит
Практ. заняття	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
Сам. робота	12	12	12	12	12	12	12	12	12	
Консультації			К					К		
Поточний контроль	ВК	УО, Т	УО, Т		УО, Т	УО, Т	УО, Т			
Модулі	←————→			←————→						
Контроль за модулем 1				КР					КР	
Контроль за модулем 2										
Контроль самостійної роботи								ЗСР		

**Опитування з приводу оцінювання якості викладання дисципліни «Територіальний маркетинг»**

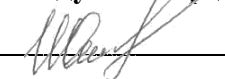
[https://docs.google.com/forms/d/1SXvMBgsEUz-rJx4b8Tw-INHre7Huw00\\_wLksCEQyRS4/edit](https://docs.google.com/forms/d/1SXvMBgsEUz-rJx4b8Tw-INHre7Huw00_wLksCEQyRS4/edit)

**Силабус за змістом повністю відповідає робочій програмі навчальної дисципліни**


Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри Менеджмент

Протокол № 1 від 29.08.2023 р.

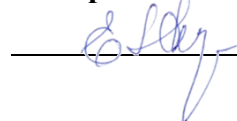
**Завідувач кафедри:**

 /Фоміченко І.П./

**Розробник:**

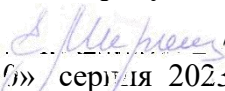
 /Бурцева О.Є.

**Гарант освітньої програми:**

 /Шевченко О.О./

**ЗАТВЕРДЖУЮ:**

**Декан факультету:**

 /Мироненко Є.В. /  
«30» серпня 2023 р.

