



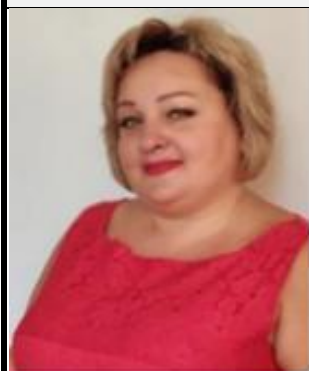
СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Територіальний маркетинг»



Галузь знань			281 Публічне управління та адміністрування	Освітній рівень	бакалавр			
Спеціальність			281 Публічне управління та	Семестр	6			
Освітньо-професійна програма			Публічне управління та адміністрування	Тип дисципліни	Вибіркова			
Факультет			Економіки і менеджменту	Кафедра	Менеджмент			
Обсяг:	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», «Місцеве 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
- Здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями. - 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. - 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. - Здатність бути критичним і самокритичним. - Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. - Здатність працювати в команді. - Здатність планувати та управляти часом. - Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми. - Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. - Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово - Здатність спілкуватися іноземною мовою - Навички міжособистісної взаємодії. - Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів діяльності).	- Здатність до соціальної взаємодії, до співробітництва й розв'язання конфліктів. - Здатність забезпечувати належний рівень вироблення та використання управлінських продуктів, послуг чи процесів - Здатність використовувати в процесі підготовки і впровадження управлінських рішень сучасні ІКТ. - Здатність використовувати в процесі підготовки і впровадження управлінських рішень сучасні ІКТ - Здатність здійснювати інформаційно-аналітичне забезпечення управлінських процесів із використанням сучасних інформаційних ресурсів та технологій. - Здатність розробляти тактичні та оперативні плани управлінської діяльності. - Здатність впроваджувати інноваційні технології. - Здатність до дослідницької та пошукової діяльності в сфері публічного управління та адміністрування. - Здатність до дослідницької та пошукової діяльності в сфері публічного управління та адміністрування - Здатність у складі робочої групи проводити прикладні дослідження в сфері публічного управління та адміністрування
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	
Анотація	Дисципліна “Територіальний маркетинг” спрямована на формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок використання маркетингового підходу в системі управління соціально-економічним розвитком територій.
Мета	Формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок використання маркетингового підходу в системі управління соціально-економічним розвитком територій
Формат	Лекції (очний, дистанційний формат), практичні заняття (очний, дистанційний формат), консультації (очний, дистанційний формат), підсумковий контроль –іспит (очний, дистанційний формат).

«Правила гри»	Курс передбачає роботу в колективі. Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики. Політика щодо дедлайнів та перескладання Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу. 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. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. Якщо студент відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача. 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. За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни студент видаляється з заняття, за заняття отримує 0 балів. Політика академічної доброчесності 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.
----------------------	---

СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

Лекція 1 -2	Сутність територіального маркетингу	Практичне заняття 1-2	Суб'єкти територіального маркетингу Маркетингове середовище території	Самостійна робота	Роль органів влади як суб'єкта територіального маркетингу.
Лекція 3-4	Комплекс інструментів територіального маркетингу	Практичне заняття 3-4	Територіальний продукт як інструмент територіального маркетингу.		Спеціалізація території
Лекція 5-6	Сегментація ринку в територіальному маркетингу	Практичне заняття 5-6	Споживачі ресурсів і суспільних благ території		Зміни відношення та поведінки споживачів територіального продукту
Лекція 7-8	Позиціонування й диференціація території	Практичне заняття 7-8	Привабливість ринкових сегментів у територіальному маркетингу		Специфіка очікувань резидентів та нерезидентів територіального продукту
Лекція 9-10	Аналіз конкуренції в територіальному маркетингу.	Практичне заняття 9-10	Внутрішні та зовнішні конкурентні переваги території		Декомпозиції вигід для споживача при порівнянні територій конкурентів.
Лекція 11-12	Організація та управління територіальним маркетингом	Практичне заняття 11-12	Розробка ділових стратегій території, функціональні стратегії території		Основні інструменти економічного стимулювання інвестицій
Лекція 13-14	Територіальний маркетинг країни	Практичне заняття 13-14	Основні етапи впровадження територіального маркетингу		Аналіз територіального продукту країни
Лекція 15-16	Територіальний маркетинг регіону	Практичне заняття 15-16	Оцінка ефективності від впровадження маркетингу територій		Ціна територіального продукту країни
Лекція 17-18	Маркетинг міста	Практичне заняття 17-18	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	Основна література 1. Маркетинг територій: підручник і практикум для академічного бакалаврату / під заг. ред. О. Н. Романенкова. - М, 2016. 2. Лепьошкіна Т. Я. Маркетинг як важлива складова політики органів місцевого самоврядування у сфері місцевого розвитку. [Електронний ресурс]. URL: http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=452. 3. Гринкевич С., Брух О., Бернацька І. Вплив маркетингового середовища на розвиток об'єднаних територіальних громад. [Електронний ресурс]. URL: https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/450512. 4. Целых Т.Н. Формирование маркетингового потенциала территории [Електронний ресурс]. URL: http://old.fa.ru/dep/ods/autorefs/Documents/2018%20год/Целых%20ТН/Автореферат%20%20Целых%20Т.Н.%2017. 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: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6047 6. Брендинг і маркетинг територій. У чому секрет найбільш успішних міст в Україні? [Електронний ресурс]. URL: https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/486/Regional_BrandingMarketing_2019. 7. Кращі практики місцевого економічного розвитку України. «Брендинг і маркетинг територій. У пошуках власного обличчя» [Електронний ресурс]. URL: UAPractice-05-final.indd (mled.org.ua)	Додаткова література	Додаткова література 1. Романенко, Є. О. & Чаплай, І. В. (2016). Система маркетингових комунікацій в механізмах державного управління. Актуальні проблеми економіки, (4), 69-78. 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 Президентові України – http://www.nbu.gov.ua/ejournals/tppd/index.html. 3. Дейнега, О.В. & 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. 4. Пірен, М.І. (2013). Менеджмент і маркетинг у діяльності державної влади. К.: «Тал» ком». 5. Дудкіна О. П. Маркетинг територій як інструмент забезпечення конкурентоспроможного розвитку. Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. 2016. Вип. 21. С.9-13. 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.
	Web-ресурси 1. Романенко, Є. О. & Чаплай, І. В. (2016). Система маркетингових комунікацій в механізмах державного управління. Актуальні проблеми економіки, (4), 69-78. 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 Президентові України – http://www.nbu.gov.ua/ejournals/tppd/index.html.		

СИСТЕМА ОЦІНКИ

Склад модулів		Сума балів	ECST	Оцінка	Рівень компетентності
Форми та методи контролю	Рейтингова оцінка, бали	90 - 100	A	відмінно	Високий 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	добре	Достатній 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		Достатній 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	задовільно	Середній Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни
		55 - 64	E		Середній Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни
		30 - 54	FX	незадовільно	Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни
Підсумкова атестація	100	0 - 29	F		Незадовільний 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	T1-2	T3-4	T5-6	T7-8	T9-10	T11-12	T13-14	T15-16	T17-18	Вид підсумкового семестрового контролю
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»

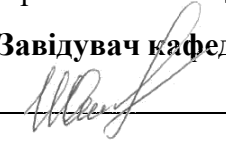
https://docs.google.com/forms/d/1SXvMBgsEUz-rJx4b8Tw-INHre7Huw00_wLksCEQyRS4/edit

Силабус за змістом повністю відповідає робочій програмі навчальної дисципліни

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри Менеджмент

Протокол № 1 від 29.08.2022 р.

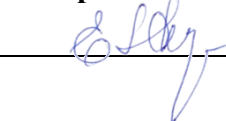
Завідувач кафедри:

 /Фоміченко І.П./

Розробник:

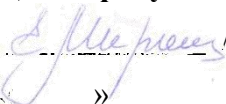
 /Бурцева О.Є.

Гарант освітньої програми:

 /Шевченко О.О./

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Декан факультету:

 /Мироненко Є.В. /
» _____ 2022 р.

