



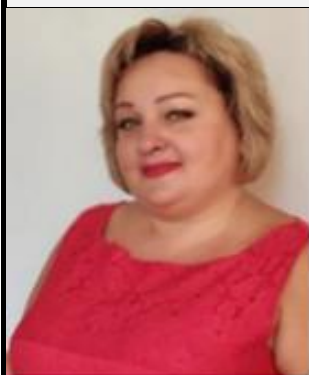
СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«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	За видами занять:					
			Лекцій	Семінарських 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
1. Здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями. 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. 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. 4. Здатність бути критичним і самокритичним. 5. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. 6. Здатність працювати в команді. 7. Здатність планувати та управляти часом. 8. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми. 9. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. 10. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово 11. Здатність спілкуватися іноземною мовою 12. Навички міжособистісної взаємодії. 13. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів діяльності).	1. Здатність до соціальної взаємодії, до співробітництва й розв'язання конфліктів. 2. Здатність забезпечувати належний рівень вироблення та використання управлінських продуктів, послуг чи процесів 4. Здатність використовувати в процесі підготовки і впровадження управлінських рішень сучасні ІКТ. 5. Здатність використовувати в процесі підготовки і впровадження управлінських рішень сучасні ІКТ 6. Здатність здійснювати інформаційно-аналітичне забезпечення управлінських процесів із використанням сучасних інформаційних ресурсів та технологій. 7. Здатність розробляти тактичні та оперативні плани управлінської діяльності. 9. Здатність впроваджувати інноваційні технології. 10. Здатність до дослідницької та пошукової діяльності в сфері публічного управління та адміністрування. 10. Здатність до дослідницької та пошукової діяльності в сфері публічного управління та адміністрування 11. 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 – https://docs.google.com/forms/d/1SXvMBgsEUz-rJx4b8Tw-INHre7Huw00_wLksCEQyRS4/edit

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										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»

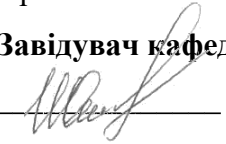
https://docs.google.com/forms/d/1SXvMBgsEUz-rJx4b8Tw-lNHre7Huw00_wLksCEQyRS4/edit

Силабус за змістом повністю відповідає робочій програмі навчальної дисципліни

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри Менеджмент

Протокол № 27 від 15.06.2021 р.

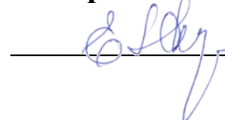
Завідувач кафедри:

 /Фоміченко І.П./

Розробник:

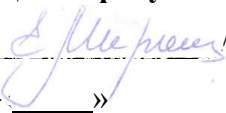
 /Бурцева О.О.

Гарант освітньої програми:

 /Шевченко О.О./

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Декан факультету:

 /Мироненко С.В. /
» _____ 2022 р.

