

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»**

Навчально-науковий інститут денної освіти
Кафедра маркетингу

СИЛАБУС

навчальної дисципліни
«Маркетинг територій»
на 2023-2024 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	2 курс
Освітня програма/спеціалізація	«Маркетинг»
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Ступінь вищої освіти	Молодший бакалавр

ПІБ НПП, які ведуть дану дисципліну,
науковий ступінь і вчене звання,
посада

Карпенко Наталія Володимирівна
д.е.н., професор
професор кафедри маркетингу

Контактний телефон	+38-050-614-74-57
Електронна адреса	knataliya54@gmail.com
Розклад навчальних занять	http://schedule.puet.edu.ua/
Консультації	очна http://www.marketing.puet.edu.ua/ он-лайн: електронною поштою, у месенджерах
Сторінка дистанційного курсу	https://el.puet.edu.ua/

Опис навчальної дисципліни

Мета вивчення навчальної дисципліни	Метою викладання навчальної дисципліни є засвоєння знань з теорії маркетингу так його запровадження як інструменту підвищення інвестиційної привабливості територій, міст, громад тощо
Тривалість	5 кредитів ECTS, 150 год. (лекції 18 год., практичні 42 год., самостійна робота студентів 90 год.)
Форми та методи навчання	Лекції та практичні заняття в аудиторії та виїзні, самостійна робота поза розкладом Інструктування, сторітелінг, інфографіка, творчі роботи, узагальнення і систематизації знань, частково-пошукові, генерації ідей, симуляційні, дискусійні, проблемно-рольові
Система поточного та підсумкового контролю	Поточний контроль: відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; тестування; поточна модульна робота Підсумковий контроль: залік (ПМК).
Базові знання	Наявність широких знань із застосування сучасних технологій у маркетинговій діяльності.
Мова викладання	Українська

Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
ПР09. Володіти навичками, достатніми для проведення власних досліджень та прийняття рішень у сфері маркетингу. ПР10. Розв'язувати складні маркетингові проблеми і вирішувати задачі в умовах невизначеності із застосуванням сучасних управлінських підходів, методів, прийомів. ПР17. Уміння та навички адаптації набутих знань в різних сферах ведення бізнесу.	ЗК06. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК07. Здатність застосовувати знання на відповідному практичному рівні. ЗК08. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК09. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК10. Здатність працювати в команді. СК07. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК09. Здатність аналізувати та визначати особливості функціонування ринків. СК12. Здатність пропонувати шляхи вдосконалення функціональних завдань у сфері маркетингу.

Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Модуль 1. Теоретичні аспекти маркетингу територій		
Тема 1. Види і особливості маркетингу територій	Відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; поточні модульні роботи, творчі проекти	Оцінка можливостей маркетингу для розвитку територій
Тема 2. Інструменти досліджень в маркетингу територій	Відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; поточні модульні роботи, творчі проекти	Розробка комплексу маркетингового інструментарію для проведення маркетингових досліджень
Тема 3. Інструменти маркетингових комунікацій для розвитку територій	Відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; поточні модульні роботи, творчі проекти	Комплекс маркетингових комунікацій територіальних об'єктів
Тема 4. Пошук інформації про інвестиційний клімат територій	Відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; поточні модульні роботи, творчі проекти	Дослідження ринку інвестиційних пропозицій з розвитку територій
Тема 5. Розробка напрямків розвитку територій за допомогою застосування інструментів маркетингу	Відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; поточні модульні роботи, творчі проекти	Комплексний підхід до територіального розвитку із застосуванням маркетингу
Модуль 2. Маркетинговий інструментарій розвитку територій		
Тема 6. Способи і прийоми пошуку інформації, необхідної для аналізу і оцінки територіального маркетингу	Відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; поточні модульні роботи, творчі проекти	Аналіз маркетингових джерел для розвитку територій
Тема 7. Управління іміджем територій	Відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; поточні модульні роботи, творчі проекти	Розуміння принципів побудови іміджу територій
Тема 8. Розробка та реалізація маркетингових програм	Відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; поточні модульні роботи, творчі проекти	Розробка маркетингових програм з розвитку територій
Тема 9. Територіальний розвиток та конкурентоспроможності просторових утворень	Відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; поточні модульні роботи, творчі проекти	Побудова конкурентоспроможної території

Інформаційні джерела

1. Dinnie Keith. City Branding: Theory and Cases / Keith Dinnie. – 1 edition. – Palgrave Macmillan, 2011. – 256 p.
2. Braun E. City Marketing. Towards an Integrated Approach // Erasmus Research Institute of Management. - Rotterdam, 2008.

3. Гринчук Н. Формування територіальних маркетингових стратегій. Всеукраїнська мережа фахівців та практиків з регіонального та місцевого розвитку: матеріали базового навчання кандидатів на участь в мережі. http://regionet.org.ua/files/08.Territorial_Marketing_Grynychuk_Materials_UA.pdf
4. Іванніков Р.В. Українські тренди екологічного маркетингу / Н. В. Карпенко, Р.В. Іванніков // Актуальні питання розвитку науки та забезпечення якості освіти у XXI столітті : тези доповідей XLV Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2021 рік (м. Полтава, 13–14 квітня 2022 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2022. – Ч. 2. - с. 106-108.
5. Карий О. Складові комплексу маркетингу у маркетингу міста: аналіз підходів до визначення [Електронний ресурс] - Режим доступу : // <http://www.marketing.trate.p?20planing%20Manual-ukr>
6. Легута Д.В. Сучасні маркетингові тенденції розвитку малого бізнесу / Н. В. Карпенко, Д. Д. Легута // Актуальні питання розвитку науки та забезпечення якості освіти у XXI столітті : тези доповідей XLV Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2021 рік (м. Полтава, 13–14 квітня 2022 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2022. – Ч. 2. - с. 109-110.
7. Сіренко Д.В., Сіренко К.В. Поліетиленовий бум та екологічна катастрофа / Н. В. Карпенко, Д. В. Сіренко, К. В. Сіренко // Актуальні питання розвитку науки та забезпечення якості освіти у XXI столітті : тези доповідей XLV Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2021 рік (м. Полтава, 13–14 квітня 2022 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2022. – Ч. 2. - с. 102-104.
8. Територіальний маркетинг: збірник завдань для практичних занять і самостійної роботи (практикум) [Електронний ресурс] / В.М. Шевченко, А.Д. Мостова. – Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2017. – 96 с.
http://ir.duan.edu.ua/bitstream/123456789/699/1/%D0%A2%D0%B5%D1%80%D0%B8%D1%82_%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA.pdf

Програмне забезпечення навчальної дисципліни

1. Пакет програмних продуктів Microsoft Office; веб-ресурси Canva.

Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання

- Політика щодо термінів виконання та перескладання: завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75 % від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). Перескладання модулів відбувається із дозволу провідного викладача за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- Політика щодо академічної доброчесності: списування під час виконання поточних модульних робіт та тестування заборонено (в т. ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття. http://puet.edu.ua/sites/default/files/polozhennya_pro_akademichnu_dobrocheshnist_2020.pdf
- Політика щодо відвідування: відвідування занять є обов'язковим компонентом. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі (Moodle) за погодженням із провідним викладачем.
- Політика зарахування результатів неформальної освіти: http://puet.edu.ua/sites/default/files/polozhennya_pro_zarahuvannya_rezultativ_neformalnoyi_osvity_0.pdf

Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-5): відвідування занять (8 балів); захист домашнього завдання (8 балів); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (8 балів); завдання самостійної роботи (8 балів); тестування (4 бали); поточна модульна робота (10 балів)	50
Модуль 2 (теми 6-9): відвідування занять (8 балів); захист домашнього завдання (8 балів); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (8 балів); завдання самостійної роботи (8 балів); тестування (4 бали); поточна модульна робота (10 балів)	50
Разом	100

Шкала оцінювання здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	Відмінно
82-89	B	Дуже добре
74-81	C	Добре
64-73	D	Задовільно
60-63	E	Задовільно достатньо
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни