

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ  
«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	«Інтернет-маркетинг»
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Ступінь вищої освіти	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	<a href="http://schedule.puet.edu.ua/">http://schedule.puet.edu.ua/</a>
Консультації	очна <a href="http://www.marketing.puet.edu.ua/">http://www.marketing.puet.edu.ua/</a> он-лайн: електронною поштою, у месенджерах
Сторінка дистанційного курсу	<a href="https://el.puet.edu.ua/">https://el.puet.edu.ua/</a>

**Опис навчальної дисципліни**

<b>Мета вивчення навчальної дисципліни</b>	<b>Метою викладання</b> навчальної дисципліни є засвоєння знань з теорії маркетингу так його запровадження як інструменту підвищення інвестиційної привабливості територій, міст, громад тощо
<b>Тривалість</b>	5 кредитів ECTS, 150 год. (лекції 20 год., практичні 40 год., самостійна робота студентів 90 год.)
<b>Форми та методи навчання</b>	Лекції та практичні заняття в аудиторії та візні, самостійна робота поза розкладом Інструктування, сторітелінг, інфографіка, творчі роботи, узагальнення і систематизації знань, частково-пошукові, генерації ідей, симуляційні, дискусійні, проблемно-рольові
<b>Система поточного та підсумкового контролю</b>	Поточний контроль: відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; тестування; поточна модульна робота Підсумковий контроль: залік (ПМК).
<b>Базові знання</b>	Наявність широких знань із застосування сучасних технологій у маркетинговій діяльності.
<b>Мова викладання</b>	Українська

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

<b>Програмні результати навчання</b>	<b>Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач</b>
<p>ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефхівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p>	<p>ЗК03. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК04. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК06. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК07. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК08. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>СК04. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК05. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК07. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових</p>

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
<p>ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>ПР15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.</p>	<p>суб'єктів.</p> <p>СК08. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК09. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.</p>

#### Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
<b>Модуль 1. Теоретичні аспекти маркетингу територій</b>		
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 то територіального розвитку із застосуванням маркетингу
<b>Модуль 2. Маркетинговий інструментарій розвитку територій</b>		
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

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
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\\_Grynchuk\\_Materials\\_UA.pdf](http://regionet.org.ua/files/08.Territorial_Marketing_Grynchuk_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.pl/2020planing%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](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

2. 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).
  3. Політика щодо академічної доброчесності: студенти мають свідомо дотримуватися «Положення про академічну доброчесність» ([http://puet.edu.ua/sites/default/files/polozhennya\\_pro\\_akademichnu\\_dobrochesnist\\_2020.pdf](http://puet.edu.ua/sites/default/files/polozhennya_pro_akademichnu_dobrochesnist_2020.pdf)); 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.
  4. 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://www.puet.edu.ua/uk/neformalna-osvita>  
[http://puet.edu.ua/sites/default/files/polozhennya\\_pro\\_zarahuvannya\\_rezultativ\\_neformalnoyi\\_osvity\\_0.pdf](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