

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



Навчально-науковий інститут економіки,
управління, права та інформаційних технологій

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МАРКЕТИНГ ТЕРИТОРІЙ

(вибіркова фахова навчальна дисципліна)

Освітньо-професійна програма Маркетинг
спеціальність 075 Маркетинг
галузь знань 07 Управління та адміністрування
освітній ступінь бакалавр

Розробник:
Даниленко Вікторія –
доцент кафедри маркетингу,
к.е.н., доцент



Гарант ОПП:
Терещенко Іван –
доцент кафедри маркетингу,
к.е.н., доцент



Полтава
2022 р.

Опис навчальної дисципліни та інформація про розробника

Назва навчальної дисципліни	Маркетинг територій
Місце в індивідуальному навчальному плані здобувача вищої освіти	<i>вибіркова фахова навчальна дисципліна</i>
Назва структурного підрозділу	Кафедра маркетингу
Контактні дані розробників, які залучені до викладання	Викладач: Даниленко Вікторія , к.е.н., доцент Контакти: ауд. 462 (навчальний корпус № 4) e-mail: viktoriiia.danylenko@pdaa.edu.ua тел. 0669089325 сторінка викладача https://www.pdaa.edu.ua/people/danylenko-viktoriya-ivanivna
Рівень вищої освіти	<i>Перший (бакалаврський) рівень</i>
Спеціальність Освітня програма	075 Маркетинг <i>Маркетинг</i>
Попередні умови для вивчення навчальної дисципліни	<i>Базові знання з «Економічна теорія», «Інфраструктура товарного ринку», «Маркетинг».</i>

Заплановані результати навчання:

Мета вивчення навчальної дисципліни: формування системи знань та практичних навичок з питань використання маркетингового підходу в системі управління соціально-економічним розвитком територій.

Основні завдання навчальної дисципліни: дослідження сутності та специфіки маркетингу територій; сформуванню системне уявлення про сутність, значення та характеристику маркетингу як технології територіального управління; ознайомити здобувачів вищої освіти з теоретичними аспектами становлення та розвитку ситуативних і стратегічних концепцій маркетингу територій; ознайомити студентів з варіантами комплексу маркетингу територій та специфікою його елементів у рамках різних концепцій та різних рівнів територіального маркетингу; сформуванню практичні навички розробки маркетингових цільових програм, стратегій розвитку територій та застосування маркетингових інструментів у системі територіального управління; сформуванню практичні навички самостійної розробки рекомендації до формування, використання та розвитку конкурентних переваг території, виконання конкретних завдань сегментування територіальних суб'єктів, позиціонування території.

Компетентності:

загальні:

ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

фахові:

ФК 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

ФК 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

ФК 12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

Програмні результати навчання:

ПРН 11. Демонстрування вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Сутність маркетингу територій.

Тема 2. Комплекс інструментів маркетингу територій.

Тема 3. Споживачі ресурсів і суспільних благ території. Сегментація ринку в територіальному маркетингу.

Тема 4. Позичування й диференціація території. Аналіз конкуренції в територіальному маркетингу.

Тема 5. Організація та управління маркетингом територій.

Тема 6. Територіальний маркетинг країни.

Тема 7. Територіальний маркетинг регіону.

Тема 8. Маркетинг міста.

Структура (тематичний план) навчальної дисципліни

Назва тем	Кількість годин			
	усього	у тому числі		
		л	п	с.р.
Тема 1. Сутність маркетингу територій.	16	2	4	10
Тема 2. Комплекс інструментів маркетингу територій.	16	2	4	10
Тема 3. Споживачі ресурсів і суспільних благ території. Сегментація ринку в територіальному маркетингу.	16	2	4	10
Тема 4. Позичування й диференціація території. Аналіз конкуренції в територіальному маркетингу.	16	2	4	10
Тема 5. Організація та управління маркетингом територій.	14	2	2	10
Тема 6. Територіальний маркетинг країни.	14	2	2	10
Тема 7. Територіальний маркетинг регіону.	14	2	2	10
Тема 8. Маркетинг міста.	14	2	2	10
Усього годин	120	16	24	80

Політика оцінювання

1. Академічна доброчесність:

Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавського державного аграрного університету. Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації.

2. Дедлайни та перекладання:

Практичні завдання, завдання зі самостійної роботи, які здаються з порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-30%). Перекладання поточного та підсумкового контролю відбуваються за наявності поважних причин з дозволу директорату.

3. Система оцінювання:

Форми контролю результатів навчання

Програмні результати навчання	Форми контролю					Разом
	Виконання завдань на практичних заняттях	Розв'язування тестів	Виконання завдань самостійної роботи	Реферат	Презентація	
ПРН 11	16	16	24	16	28	100
Разом	16	16	24	16	28	100

Форма проведення семестрового контролю для здобувачів вищої освіти згідно з робочим та навчальним планом – залік.

Шкала та критерії оцінювання виконання практичного завдання

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
2	відповіді правильні, обґрунтовані, осмислені та характеризують наявність спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень, критичне осмислення проблем у навчанні. Відповідь характеризує уміння виявляти та розв'язувати проблему, інтегрувати знання; провадити інноваційну та наукову діяльність та повністю відображає визначений результат навчання за темою
0-1	відповідь недостатньо обґрунтована та осмислена, характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності та показує неповноту засвоєння результату навчання

Шкала та критерії оцінювання розв'язування тестів

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
0-2	По кожній темі 10 тестових завдань. Бали: від 0-2 (по 0,2 балів за кожен правильну відповідь)

Шкала та критерії оцінювання підготовки реферату

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
8	проблема, яка розглядається в рефераті, викладена повно, послідовно, логічно; список використаних джерел 5-6 позицій, відповідає діючому стандарту оформлення бібліографії: здобувач при захисті реферату повністю демонструє засвоєний результат навчання за темою реферату.
4-7	тема реферату викладена досить повно, але є певні недоліки щодо відповідності результату навчання, логіці викладу; бібліографічний список нараховує 4-5 джерел, відповідає сучасним правилам, але містить певні помилки, здобувач при захисті реферату не повністю володіє матеріалом щодо результату навчання за темою реферату.
0-3	тема реферату нерозкрита або ж повністю не розкриває заявлений результат навчання, у бібліографічному списку менше 2 наукових джерел, і він подається не за сучасними правилами, здобувач відмовляється від захисту.

Шкала та критерії оцінювання підготовки презентації

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
10-14	зміст презентації відповідає темі та результату навчання; наявність творчого підходу складання презентації; якісно підготовлена практична розробка, дотримані всі вимоги щодо технічного й естетичного оформлення роботи і орфографічних вимог, наявності електронного (на носіїві) матеріалу презентації.
5-9	наявність незначних недоліків у відповідності теми презентації заявленому результату навчання, виконанні презентації та її оформленні.
0-4	наявність суттєвих недоліків або ж повній невідповідності теми презентації результату навчання, вимогам щодо обсягу, оформлення та викладу змісту презентації.

Шкала та критерії оцінювання самостійної роботи (письмове завдання)

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
2-3	вірно розкриті питання самостійної роботи; ЗВО демонструє розуміння сутності матеріалу, логічність та самостійність у його викладі; аргументовано обґрунтовує свою думку; відповідь містить обґрунтовані висновки.
0-1	ЗВО демонструє поверхневі знання і розуміння основних положень питання; наявні суттєві помилки; висновки неповні.

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни

Назва теми	Форми контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти					Разом
	Виконання практ. завдання	Розв'язування тестів	Виконання завдань самостійної роботи	Реферат	Презентація	
Тема 1. Сутність маркетингу територій.	2	2	3			7
Тема 2. Комплекс інструментів маркетингу територій.	2	2	3			7
Тема 3. Споживачі ресурсів і суспільних благ територій. Сегментація ринку в територіальному маркетингу.	2	2	3			7
Тема 4. Позиціонування й диференціація територій. Аналіз конкуренції в територіальному маркетингу.	2	2	3			7
Тема 5. Організація та управління маркетингом територій.	2	2	3			7
Тема 6. Територіальний маркетинг країни.	2	2	3			7
Тема 7. Територіальний маркетинг регіону.	2	2	3			7
Тема 8. Маркетинг міста.	2	2	3			7
За будь яку тему на вибір				8	14	22
За будь яку тему на вибір				8	14	22
Разом	16	16	24	16	28	100

Трудомісткість:

Загальна кількість годин – 120 год.

Кількість кредитів – 4.

Форма семестрового контролю – залік.

Політика навчальної дисципліни:

Відвідування занять є обов'язковим. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни здобувач вищої освіти отримує на занятті 0 балів та зобов'язаний відпрацювати таке заняття.

Письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями у межах встановлених норм. У разі виявлення факту плагіату здобувач вищої освіти отримує за завдання 0 балів і повинен повторно виконати його. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (у т. ч. із використанням мобільних пристроїв). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн

тестування. Документи стосовно академічної доброчесності наведені на сторінці АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ ПДАУ: <https://www.pdaa.edu.ua/content/akademichna-dobrochesnist>.

Є можливість опанування даної навчальної дисципліни за програмами академічної мобільності (внутрішньої / міжнародної) за наявними укладеними угодами (договорами) між Університетом та закладом-партнером та / або індивідуальними запрошеннями. Визнання та перезарахування результатів такого навчання відбувається спеціально створеною комісією на підставі поданих здобувачем вищої освіти відповідних документів з використанням Європейської кредитно-трансферної системи. Організаційні процеси навчання за програмами академічної мобільності регламентуються Положенням про академічну мобільність здобувачів вищої освіти Полтавського державного аграрного університету.

На здобувачів вищої освіти поширюється право про визнання результатів навчання, набутих у неформальній / інформальній освіті перед опануванням даної освітньої компоненти. Визнання набутих результатів навчання або відмова у їх визнанні. Набуття відповідних результатів навчання можливе після успішного опанування курсів (з документальним підтвердженням) на різноманітних навчальних платформах, зокрема: Prometheus, Coursera тощо. Особливості неформального / інформального навчання регламентовані Положенням про порядок визнання результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті, здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету.

Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни:

Презентації.

Рекомендовані джерела інформації

Основні

1. Сіті-брендинг : навч. посібник / Н. М. Влащенко. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. 151 с.
2. Касян С.Я. Енергоощадна цінність логістичних та комунікаційних детермінант маркетингової діяльності високотехнологічних підприємств в електронному бізнесі: Монографія. Дніпро : НТУ «Дніпровська політехніка», 2020. 232 с.
3. Потапова А.Г. Управління розвитком регіону: конспект лекцій. Луцьк: ПП Іванюк В. П., 2018. 153 с.
4. Потапова А.Г. Управління розвитком регіону: практикум. Луцьк: ПП Іванюк В.П., 2017. 100 с.
5. 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.
6. Потапова А.Г. Управління розвитком регіону: методичні вказівки до виконання самостійної роботи. Луцьк: ПП Іванюк В.П., 2018. 63 с.
7. Кейс-стаді. Брендинг і маркетинг територій у чому секрет найбільш успішних міст в Україні? Федерация канадських муніципалітетів / Проект міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст», 2019. Режим доступу: https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/486/Regional_BrandingMarketing_2019.pdf

Допоміжні

1. Даниленко В.І., Боровик Т.В., Калюжна Ю.П. Маркетингові дослідження у формуванні цінової та логістичної політики підприємства. Вісник Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького. Серія «Економічні науки» (Bulletin of the Cherkasy Bohdan Khmelnytsky National University. Series “Economic Sciences”) №2. 2020 р. С.83-91. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/8129>
2. Даниленко В.І., Боровик Т.В., Решетнікова О.В., Роль логістичного менеджменту та маркетингу у сфері надання логістичних послуг. Економічний простір: Збірник наукових праць № 156, Дніпро: ПДАБА, 2020. С.151-155 (Збірник включений до міжнародних наукометричних

баз даних Index Copernicus та Google Scholar) URL:
<http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/8288>

3. Даниленко В.І., Дядик Т.В. Тенденції розвитку ринку праці Полтавського регіону. *Економіка і організація управління*. Випуск 3 (43) 2021. С. 147-156. URL:
<http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/11130>

4. 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

5. Кращі практики місцевого економічного розвитку України. «Брендинг і маркетинг територій. У пошуках власного обличчя». URL: [UAPractice-05-final.indd \(mled.org.ua\)](#)

6. Вимірювання регіонального ділового середовища в Україні. Конкурентоспроможність регіонів та регіональна оцінка ділового клімату в Україні. Аналіз економічних і соціальних відмінностей між регіонами України за допомогою набору 103 точних показників і результатів опитування. URL: <http://competitiveness.icps.com.ua/>

7. Губачов В.П., Жук Ю.О. Методи, інструменти створення та просування бренду території (на прикладі м. Полтава). URL: http://www.confcon0tact.com/20110531/ek8_gubachov.htm

Інформаційні ресурси мережі Інтернет

1. Офіційний Веб-сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі. URL: <http://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>

2. Сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

3. Офіційний сайт Міністерства інфраструктури України. URL: <http://www.mtu.gov.ua/>