

Код та назва дисципліни	<b>1-075-5 Територіальний маркетинг / Territorial marketing</b>
Рекомендується для галузі знань (спеціальності, освітньої програми)	Для усіх спеціальностей
Кафедра	маркетингу та міжнародного менеджменту
П.І.П. НПП (за можливості)	Зінченко О.А.
Рівень ВО	перший (бакалаврський)
Курс, семестр (в якому буде викладатись)	
Мова викладання	українська
Пререквізити (передумови вивчення дисципліни)	-
Що буде вивчатися	Актуальні моделі управління розвитком територій (населених пунктів, районів, регіонів) в контексті формування та просування їх позитивного іміджу на національній та міжнародній арені
Чому це цікаво/треба вивчати	Маркетинг територій - передова ідея, філософія розвитку території, яка задовольняє потреби та очікування різних стейкхолдерів (місцевого населення, влади, бізнесу, відвідувачів територій). Основною задачею маркетингу території є визначення, які ресурси є в розпорядженні регіонів-конкурентів, і пошук способів диференціювання та позиціонування свого регіону таким чином, щоб виділятися у свідомості цільових груп. Опановування дисципліни надає змоги реалізувати свій аналітичний та креативний потенціал у розробці іміджу та бренду територій, розкрити таланти стратегічного бачення в сучасних економічному та політичному контекстах
Чого можна навчитися (результати навчання)	Аналізувати і прогнозувати розвиток територій для задоволення потреб певних громад. Застосовувати комплекс актуальних маркетингових засобів просування територій в зовнішньому середовищі (не тільки в межах країни, а й на світовій арені). Аналізувати ключові критерії, переваги території для різних груп споживачів (місцевого населення, представників бізнесу та влади, туристів, потенційних інвесторів, мігрантів). Аналізувати та розробляти перспективи стратегічного партнерства з іншими територіями. Знати та вміти використовувати механізми формування і просування іміджу території. Ознайомитися з особливостями брендингу в державному секторі
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	Після успішного вивчення курсу студенти зможуть застосовувати найкращі практики територіального маркетингу, які зарекомендували себе на прикладі успішних, розвинутих в економічному, соціальному, науковому, туристичного плані регіонів у світовому масштабі, оволодіють інструментами та прийомами для розробки стратегічних рішень в сфері формування та просування іміджу територій
Інформаційне забезпечення	Наукові публікації, опорний конспект лекцій, методичні вказівки, електронні ресурси
Види навчальних занять	Лекції, практичні та семінарські заняття
Вид семестрового контролю	диференційований залік
Максимальна кількість здобувачів	Не обмежена
Мінімальна кількість здобувачів	

В.о. декана факультету \_\_\_\_\_

Тетяна ГРИНЬКО