

## **АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ** **МАРКЕТИНГ АДМІНІСТРАТИВНО-ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ОДИНИЦЬ**

**Освітні програми:** Маркетинг

**Цикл:** вибіркових дисциплін фахової професійної підготовки.

**Статус:** вибіркова навчальна дисципліна.

**Навчальний рік:** 2022-2023 н.р., 3 семестр

**Мета вивчення дисципліни:** – сформувати комплекс теоретичних знань та практичних навичок з питань використання маркетингового підходу в системі управління соціально-економічним розвитком адміністративно-територіальних одиниць.

**Завдання дисципліни:**

- дослідження специфіки маркетингу адміністративно-територіальних одиниць;
- сформувати системне уявлення про сутність, значення та характеристику маркетингу як технології територіального управління;
- ознайомити студентів з теоретичними аспектами становлення та розвитку ситуативних і стратегічних концепцій маркетингу адміністративно-територіальних одиниць;
- ознайомити студентів з варіантами комплексу маркетингу та специфікою його елементів у рамках різних концепцій та різних рівнів територіального маркетингу;
- сформувати практичні навички розробки маркетингових цільових програм, стратегій розвитку та застосування маркетингових інструментів у системі територіального управління;
- сформувати навички розробки рекомендацій до формування конкурентних переваг адміністративно-територіальних одиниць, виконання сегментування та їх позиціонування.

У результаті вивчення дисципліни студент повинен **знати:**

- основні поняття та методи маркетингу адміністративно-територіальних одиниць;
- об'єкти та інструментарій маркетингу адміністративно-територіальних одиниць;
- концептуальні та методологічні особливості маркетингу адміністративно-територіальних одиниць;
- принципи та процедуру застосування маркетингового дослідження.

**вміти** визначати:

- маркетинговий інструментарій для дослідження соціально-економічного розвитку адміністративно-територіальних одиниць;
- розробляти маркетингові цільові програми регіонального маркетингу;
- розробляти маркетингові стратегії адміністративно-територіальних одиниць;
- організовувати маркетингове дослідження на різних рівнях;
- визначати конкурентні переваги і обґрунтовувати висновки.

**Зміст дисципліни.**

Тема 1. Суть і значення маркетингу адміністративно-територіальних одиниць у соціально-економічному розвитку територій.

Тема 2. Характеристика та комплекс маркетингу адміністративно-територіальних одиниць.

Тема 3. Маркетингове забезпечення управління розвитком закладів освіти в адміністративно-територіальних одиницях.

Тема 4. Маркетингові технології в управлінні інноваційним розвитком промисловості.

Тема 5. Маркетингові стратегії адміністративно-територіальних одиниць.

Тема 6. Використання маркетингу в державному управлінні адміністративно-територіальними одиницями.

**Викладацький склад:**

**Лектор:** к.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики Онопрієнко І.М.

**Викладач практичних занять:** к.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики Онопрієнко І.М.

**Тривалість:** 5 кредитів ECTS, 12 тижнів, 4 години на тиждень.

**Оцінювання:** поточне оцінювання – 2 модульні контролі, підсумковий контроль – залік.