

АНОТАЦІЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА МАРКЕТИНГ ТЕРИТОРІЙ

Цикл: загальної підготовки для всіх спеціальностей факультету галузі знань 07 «Управління і адміністрування»

Статус: вибіркового освітнього компонента.

Курс 3, 6 семестр.

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

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у здобувачів **фахових компетентностей**, передбачених відповідною освітньо-професійною програмою:

- здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу;
- здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі;
- здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу;
- здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі;
- здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

У результаті вивчення освітнього компонента здобувач повинен бути здатним продемонструвати такі **результати навчання**, передбачених освітньо-професійною програмою:

- демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності;
- аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності;
- виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів;
- застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ

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

Тема 2. Характеристика та комплекс інструментів маркетингу територій.

Тема 3. Сегментація ринку, позиціонування й диференціація територій.

Тема 4. Організація та управління територіальним маркетингом.

Тема 5. Маркетинг країни та державний маркетинг.

Тема 6. Маркетинг регіонів.

Тема 7. Маркетинг міст та туристичних територій.

Викладацький склад:

Лектор: д.е.н., професор кафедри маркетингу та логістики Макарова В.В.

Викладач практичних занять: PhD, асистент Прокопенко К.Г.

Тривалість: 5 кредитів ECTS, 15 тижнів, 5 годин на тиждень.

Оцінювання: поточне оцінювання – 2 модульні контролю, підсумковий контроль – залік