

Код та назва дисципліни	2-D5-05 Іміджмейкинг територій / Image-making of territories
Рекомендується для галузі знань 2 (спеціальності, освітньої програми)	
Кафедра (зазначати офіційний шифр)	маркетингу та логістики
П.І.П. НПП (за можливості)	Зінченко О.А. – професор кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту, д-р.екон.наук
Рівень ВО	Другий (магістерський)
Курс, семестр (в якому буде викладатись) 3	2 семестр
Мова викладання	Українська
Пререквізити 4 (передумови вивчення дисципліни)	
Що буде вивчатися	Методологічні та практичні аспекти формування та просування іміджу територій (держав, регіонів, населених пунктів)
Чому це цікаво/треба вивчати	Імідж територій – це капітал, який реалізується через залучення інвестицій, кваліфікованої робочої сили, туристів, державні преференції. Опановування дисципліни надасть 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)	Знати та вміти використовувати механізми формування і просування іміджу території Ознайомитися з особливостями брендингу в державному секторі Здійснювати порівняння іміджу різних територій та виявляти потенціал щодо його активізації 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
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	Після успішного вивчення курсу студенти зможуть застосовувати найкращі практики територіального маркетингу, оволодіють інструментами та прийомами для розробки стратегічних рішень в сфері формування та просування іміджу територій
Інформаційне забезпечення	1) Зінченко О.А. Формування позитивного потенціалу іміджу регіонів України: теорія, методологія, практика: моногр. Черкаси: Видавець Пономаренко Р.В., 2018. 456 с. 2) Кейт Дені. Брендинг територій: найкращі світові практики, 2024. 354 с.