

Код та назва дисципліни	1-075-5 Територіальний маркетинг
Рекомендується для галузі знань ² (спеціальності, освітньої програми)	075 Маркетинг
Кафедра (азначати офіційний шифр)	маркетингу та міжнародного менеджменту
П.І.П. НПП (за можливості)	Зінченко О.А. – професор кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту, д-р.екоп.наук
Рівень ВО	перший (бакалаврський)
Курс, семестр (в якому буде викладатись) ³	3 курс 6 семестр
Мова викладання	українська
Пререквізити ⁴ (передумови вивчення дисципліни)	Попереднє вивчання дисципліни «Маркетинг»
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 виділитися у свідомості цільових груп. Опанування 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)	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 територій 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	1) Зінченко О.А. Формування позитивного потенціалу іміджу регіонів України: теорія, методологія, практика: моногр. Черкаси: Видавець Пономаренко Р.В., 2018. 456 с. 2) Угрюмова А.А. Маркетинг територій, 2018 Режим доступу: https://stud.com.ua/136188/marketing/marketing_teritoriy
Види навчальних занять (лекції, практичні, семінарські, лабораторні заняття тощо)	Лекції, практичні та семінарські заняття
Вид семестрового контролю	Диференційований залік
Максимальна кількість здобувачів ⁵	-
Мінімальна кількість здобувачів ⁵ (тільки для мовних та творчих дисциплін)	-