

Код та назва дисципліни	<b>2-075-5 Іміджмейкинг територій</b>
Рекомендується для галузі знань <sup>2</sup> (спеціальності, освітньої програми)	Галузі знань 07 «Управління та адміністрування», 05 «Соціальні та поведінкові науки», 24 «Сфера обслуговування»
Кафедра (зазначати офіційний шифр)	маркетингу та міжнародного менеджменту
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) <sup>3</sup>	2 семестр
Мова викладання	Українська
Пререквізити <sup>4</sup> (передумови вивчення дисципліни)	Національна економіка, Регіональна економіка, Маркетинг
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. 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)	Знати та вміти використовувати механізми формування і просування іміджу територій 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 вміннями (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) Семченко О. А. Іміджева політика України: моногр. Київ: Академія, 2014 . 272 с. <a href="https://pidru4niki.com/70814/politologiya/imidzheva_politika_ukrayini">https://pidru4niki.com/70814/politologiya/imidzheva_politika_ukrayini</a>
Види навчальних занять (лекції, практичні, семінарські, лабораторні заняття тощо)	Лекції, практичні заняття
Вид семестрового контролю	диференційований залік
Максимальна кількість здобувачів <sup>5</sup>	без обмежень
Мінімальна кількість здобувачів <sup>5</sup> (тільки для мовних та творчих дисциплін)	-

*Декан факультету економіки*

\_\_\_\_\_

*Тетяна ГРИНЬКО*