



СИЛАБУС ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА «МАРКЕТИНГ ТЕРИТОРІЙ»

Компонент освітньої програми – вибірковий (4 кредити)

Освітня програма	Маркетинг
Спеціальність	D5 «Маркетинг»
Галузь знань	D «Бізнес, адміністрування та право»
Рівень вищої освіти	другий (магістерський)
Мова навчання	українська
Профайл викладача (-ів)	Буднікевич Ірина Михайлівна доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку http://mmix.cv.ua/staff/budnikevych-iryna-myhajlivna Гончар Вадим Іванович – кандидат економічних наук, асистент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку http://mmix.cv.ua/staff/gonchar_vadym_ivanovich
Контактний тел.	+38 0372509465
E-mail:	i.budnikevich@chnu.edu.ua v.gonchar@chnu.edu.ua
Сторінка курсу в Moodle	https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=3540
Консультації	Вівторок з 13.00 до 15.00

АНОТАЦІЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Навчальна дисципліна «Маркетинг територій» є вибірковою компонентою фахової підготовки магістрів спеціальності «Маркетинг», що розширює компетентності здобувачів у сфері управлінні конкурентоспроможністю та привабливістю територій. Курс розкриває, як маркетинговий інструментарій адаптується маркетологом до управління територіями – містом, регіоном, країною. Здобувачі опановують маркетингову підтримку сталого розвитку територій, формування партнерської взаємодії суб'єктів територіально-суспільної системи, а також чинники, процедури та інструменти територіального маркетингу різних рівнів – від концепцій брендингу територій до технологій формування стратегій розвитку міста. Це дозволяє застосовувати здобуті знання як у приватному консалтингу, так і в органах публічного управління та розвитку громад, громадських організаціях.

Мета навчальної дисципліни «Маркетинг територій» – сформувати у здобувачів вищої освіти теоретичні знання та практичні навички застосування маркетингового підходу, технологій та інструментів в управлінні соціально-економічним розвитком територій різних рівнів, що розширює професійні можливості маркетолога за межі підприємницького сектору.

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Маркетинг у системі сталого соціально-економічного розвитку територій
Маркетинг країни: національний бренд, репутація, конкурентоспроможність та міжнародне позиціонування
Регіональний маркетинг та привабливість регіонів
Маркетинг туристичних дестинацій та управління туристичним досвідом
Брендинг територій: від формування ідентичності до репутаційного капіталу
Сучасні концепції та еволюція підходів до маркетингу міста
Інструменти та технології маркетингу міста в умовах цифрової трансформації
Дослідження міського середовища та поведінки стейкхолдерів
Маркетингові технології стратегічного розвитку та позиціонування міста
Програми формування системи маркетингу міста

ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ, ФОРМИ ТА МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Словесні та інформаційно-рецептивні методи (проблемна лекція, лекція-дискусія, консультації, опрацювання нормативно-правової бази, наукових фахових видань та інтернет-ресурсів).

Наочні методи та візуалізація (презентації результатів досліджень, картографування, побудова графічних моделей і матриць (PEST, SWOT), демонстрація відеоматеріалів та аналітичних дашбордів міст).

Інтерактивні та практичні методи (кейс-метод (розгляд реальних ситуацій розвитку українських та зарубіжних міст і регіонів), мозкові штурми, дискусійні панелі, пітчінг проєктних ідей).

Проектно-дослідницькі методи (виконання капстоун-проєктів (комплексних індивідуальних або командних завдань з розробки елементів маркетингової стратегії чи профілю території), аналітичні та пошукові дослідження, бенчмаркінг).

Практико-орієнтовані форми (участь у тренінгах, майстер-класах і гостьових лекціях від представників органів місцевого самоврядування, експертів з розвитку громад та стейкхолдерів).

Неформальна та самостійна робота (опрацювання профільних онлайн-курсів, вебінарів, аналіз відкритих даних міських порталів).

ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Формами поточного контролю та оцінювання є:

Оцінювання активності та результатів участі в практичних і семінарських заняттях (дискусії, експертні обговорення).

Захист практичних кейсів та результатів аналітичних досліджень.

Оцінювання письмових і самостійних робіт (аналітичні звіти, есе, контент-аналіз, результати PEST- та SWOT-аналізу).

Презентація та захист індивідуальних або командних проєктних завдань, а також результатів виконання капстоун-проєкту.

Оцінювання навичок публічного захисту та пітчінгу розроблених пропозицій щодо формування маркетингового профілю або бренд-платформи території.

Зарахування результатів неформальної освіти (проходження профільних онлайн-курсів, участь у тематичних вебінарах чи воркшопах із муніципального розвитку).

Формою підсумкового контролю є залік.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання програмних результатів навчання здобувачів освіти здійснюється за шкалою європейської кредитно-трансферної системи (ECTS). Критерієм успішного оцінювання є досягнення здобувачем вищої освіти мінімальних порогових рівнів (балів) за кожним запланованим результатом навчання

ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні освітнього компонента регламентовано чинними документами ЧНУ:

- «Кодекс академічної доброчесності та етики Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича»
<https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/kodeks-akademichnoi-dobrochesnosti-ta-etyky-chernivetskoho-natsionalnoho-universytetu-imeni-yurii-fedkovycha/>
- «Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича»
<https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/polozhennia-pro-vyavlennia-ta-zapobihannia-akademichnomu-plahiatu-u-chernivetskomu-natsionalnomu-universyteti-imeni-yurii-fedkovycha/>
- «Політика використання штучного інтелекту в Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича»
<https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/polityka-vykorystannia-shtuchnoho-intelektu-v-chernivetskomu-natsionalnomu-universyteti-imeni-yurii-fedkovycha-zi-zminamy-zatverdzhenymy-vchenoiu-radoiu-chnu-imeni-yurii-fedkovycha/>

ВИКОРИСТАННЯ ЗДОБУВАЧАМИ ОСВІТИ ІНСТРУМЕНТІВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ (ШІ) ПІД ЧАС ВИКОНАННЯ НАВЧАЛЬНИХ ЗАВДАНЬ:

- *допускається за умови* дотримання принципів академічної доброчесності (здобувач освіти несе відповідальність за зміст, достовірність і результати поданої роботи, а у разі використання ШІ зобов'язаний зазначити факт і спосіб його застосування);
- *не допускається* використання ШІ як заміни самостійного виконання завдань або з метою порушення вимог академічної доброчесності;
- *додаткові обмеження чи вимоги* щодо використання ШІ *можуть визначатися* викладачем в освітньому процесі для конкретних видів навчальної діяльності відповідно до особливостей дисципліни.

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Сайт Публічного інформаційного бюлетеня міста Жешува (Польща). URL: <http://bip.erzeszow.pl/>
2. Сайт дослідницької компанії Economist Intelligence Unit (EIU). URL: <https://www.eiu.com/>
3. Сайт рейтингу IMD Smart City Index. URL: <https://www.imd.org/smart-city-observatory/smart-city-index/>
4. Сайт Всесвітньої організації розумних стійких міст (WeGO). URL: <https://we->

- gov.org/
5. Сайт всесвітніх туристичних новин Breaking Travel News. URL: <https://www.breakingtravelnews.com/>
 6. Офіційний web-сайт Чернівецької міської ради. URL: <https://www.city.cv.ua/>
 7. Сайт Міністерства розвитку громад та територій України. URL: <https://mindev.gov.ua/>
 8. Сайт Державного агентства розвитку туризму України. URL: <https://www.tourism.gov.ua>
 9. Сайт Української асоціації маркетингу. URL: <https://uam.in.ua/>
 10. Сайт, присвячений проблемам урбанізації Urban Observatory. URL: <https://www.urbanobservatory.org/>
 11. Методичний матеріал з SWOT-аналізу Європейської Комісії. URL: <https://wikis.ec.europa.eu/spaces/ExactExternalWiki/pages/50109063/SWOT+Analysis>
 12. City Destinations Alliance. URL: <https://citydestinationsalliance.eu/city-marketing/>
 13. Brand Finance City Index (щорічний рейтинг вартості брендів міст). URL: <https://brandfinance.com>
 14. Онлайн-курс «Створення ефективних ДМО для туристичного розвитку територій». URL: <https://vumonline.ua/course/creation-of-effective-dmo/> – 0,65 кредиту ЄКТС
 15. Онлайн-курс «Стратегії сталого розвитку для міст і громад: практичні поради». URL: <https://vumonline.ua/course/sustainable-development-strategies-for-cities-and-communities/> – 1 кредит ЄКТС

**ПОКЛИКАННЯ НА РОБОЧУ ПРОГРАМУ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА
«МАРКЕТИНГ ТЕРИТОРІЙ»**

<https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1fopMWHGDyR2s1C5Nlfr89e8-Jf5LcfIZ>