

**Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»**

Кафедра маркетингу

«ЗАТВЕРДЖЕНО»
завідувач кафедри

Решетілова Т.Б. _____
« ____ » _____ 2019 року

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Маркетинг територій»**

Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Освітній рівень.....	магістр
Освітня програма	Маркетинг
Статус.....	вибіркова
Загальний обсяг	4 кредитів ECTS (120 годин)
Форма підсумкового контролю	залік
Термін викладання	10-й семестр
Мова викладання	українська

Викладачі: доц. Палєхова Л.Л.

Пролонговано: на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__»__ 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__»__ 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

Дніпро
НТУ «ДП»
2019

Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетинг територій» для магістрів спеціальності 075 Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг / Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка», каф. маркетингу. Д. : НТУ «ДП», 2019. 14 с.

Розробник – Палєхова Л.Л.

Робоча програма регламентує:

- мету дисципліни;
- дисциплінарні результати навчання, сформовані на основі трансформації очікуваних результатів навчання освітньої програми;
- базові дисципліни;
- обсяг і розподіл за формами організації освітнього процесу та видами навчальних занять;
- програму дисципліни (тематичний план за видами навчальних занять);
- алгоритм оцінювання рівня досягнення дисциплінарних результатів навчання (шкали, засоби, процедури та критерії оцінювання);
- інструменти, обладнання та програмне забезпечення;
- рекомендовані джерела інформації.

Робоча програма призначена для реалізації компетентнісного підходу під час планування освітнього процесу, викладання дисципліни, підготовки студентів до контрольних заходів, контролю провадження освітньої діяльності, внутрішнього та зовнішнього контролю забезпечення якості вищої освіти, акредитації освітніх програм у межах спеціальності.

Робоча програма буде в пригоді для формування змісту підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників кафедр університету.

Погоджено рішенням методичної комісії спеціальності 075 Маркетинг (протокол № _____ від _____ 2019).

Рекомендовано до видання редакційною радою НТУ «ДП» (протокол № _____ від _____ 2019).

ЗМІСТ

1 МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	4
2 ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ.....	4
3 БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ	4
4 ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ	4
5 ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ.....	5
6 ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	6
6.1 Шкали	7
6.2 Засоби та процедури.....	7
6.3 Критерії.....	8
7 ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	11
8 РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ.....	11

1 МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

В освітньо-професійній програмі Національного технічного університету «Дніпровська політехніка» спеціальності 075 Маркетинг здійснено розподіл програмних результатів навчання (ПРН) за організаційними формами освітнього процесу. Зокрема, до дисципліни ВР2.4 «Маркетинг територій» спеціальності 075 Маркетинг віднесено такі результати навчання:

ВК3.2.4	Здатність формування цілеспрямованого позитивного просування іміджу окремих регіонів як інструменту стратегічного розвитку територій і комплексного рішення проблем
---------	---

Мета дисципліни – формування компетентностей щодо маркетингового управління розвитком територій.

Реалізація мети вимагає трансформації програмних результатів навчання в дисциплінарні та адекватний відбір змісту навчальної дисципліни за цим критерієм.

2 ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Шифр ПРН	Дисциплінарні результати навчання (ДРН)	
	шифр ДРН	зміст
ВР2.4	ВР2.4-1	З'ясувати маркетингові фактори, що впливають на конкурентоспроможність регіонів як суб'єктів ринкової діяльності
	ВР2.4-2	Використовувати маркетингові інструменти для просування та формування позитивного іміджу окремих регіонів у програмах стратегічного розвитку і комплексного вирішення проблем територій

3 БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни	Здобуті результати навчання
Б1 Методологія наукових досліджень: маркетингові дослідження	Розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі маркетингової діяльності, що характеризується комплексністю
Ф1 Діагностування маркетингової діяльності	Збирати, аналізувати та пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень для представників різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта

4 ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Вид навчальних занять	Обсяг, години	Розподіл за формами навчання, години					
		денна		вечірня		заочна	
		аудиторні заняття	самостійна робота	аудиторні заняття	самостійна робота	аудиторні заняття	самостійна робота
лекційні	60	34	26	-	-	4	56
практичні	60	34	26	-	-	6	54
лабораторні	-	-	-	-	-	-	-
семінари	-	-	-	-	-	-	-

РАЗОМ	120	68	52	-	-	10	110
-------	-----	----	----	---	---	----	-----

5 ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	ЛЕКЦІЇ	60
BP2.4-1	1 Сутність та завдання маркетингу територій	10
	Предмет маркетингу територій. Цілі, принципи і функції маркетингу територій. Поняття «маркетингу територій» як економічної категорії. Еволюція поглядів на маркетинг територій	
	Співвідношення понять «маркетинг територій» і «регіональний маркетинг». Складові концепції маркетингу територій. Основні моделі маркетингу територій.	
	Види маркетингу територій по об'єктах і типу маркетингового впливу. Завдання маркетингу у програмах розвитку територій та використання ресурсів територій	
BP2.4-1	2 Рівні маркетингового управління сталим розвитком територій	10
	Специфіка адміністративно-територіального утворення як об'єкту маркетингу. Зміст і рівні маркетингового управління розвитком територій	
	Поняття сталого розвитку територій (країни, регіону, міста, селища). Типи управлінських і маркетингових проблем відповідно до концепції ЄС щодо сталого розвитку територій	
	Принципи та завдання маркетингу в управлінні сталим розвитком територіально-адміністративної одиниці	
BP2.4-1, BP2.4-2	3 Зміст маркетингових досліджень територій	16
	Об'єкти маркетингових досліджень територій. Етапи проведення маркетингових досліджень територій. Види маркетингової інформації та методи її збору для цілей маркетингових досліджень територій	
	Зовнішні та внутрішні маркетингові фактори, що впливають на розвиток територій	
	Методи досліджень зовнішніх маркетингових факторів, що впливають на розвиток територій (регіону, міста).	
	Процедура і методи маркетингового дослідження факторів внутрішнього середовища територій	
	Ситуаційний аналіз у маркетингу територій	
BP2.4-1, BP2.4-2	4 Поняття ціни територіального продукту	12
	Поняття ціни території як територіального продукту	
	Вивчення ціни територіального продукту	
	Психологічні компоненти "ціни території": показники психологічної комфортності території для життя/ведення бізнесу	
	Ціна доступу до ресурсів: показники цінності ресурсів територій	
	Цінові стратегії управління територією	
BP2.4-1, BP2.4-2	5 Конкуренція територій у розвитку на національному рівні	12
	Територіальна конкуренція і конкурентоспроможність. Конкурентні переваги територій	

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	Сутність маркетингового управління конкурентоспроможністю території (регіону, міста)	
	Методи оцінки конкурентоспроможності територій	
	ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ	60
BP2.4-1, BP2.4-2	6 Маркетингове дослідження території як продукту	15
	Основні складові територій як продукту у маркетингу	
	Методи збору інформації у маркетингу території	
	Розробка програми маркетингових досліджень регіону, міста, селища як продукту	
BP2.4-1, BP2.4-2	7 Аналіз ціни у маркетингу міста	15
	Поняття ціни міста як територіального продукту	
	Визначення ціни міста як територіального продукту для жителів території	
	Вивчення ціни міста як територіального продукту туристів: показники цінності міста	
	Вивчення ціни міста як територіального продукту для корпоративних споживачів	
	Цінові стратегії управління містом	
BP2.4-1, BP2.4-2	8 Позиціонування території	15
	Концепція образу території. Взаємозв'язок понять образу, іміджу, бренду і репутації території	
	Властивості образу території (регіону, міста, селища)	
	Планування співпраці з основними партнерами у територіальних ланцюгах створення цінностей	
	Критерії оцінювання участі у територіальних ланцюгах створення цінностей	
	Маркетингові програми участі у територіальних ланцюгах створення цінностей	
BP2.4-1, BP2.4-2	10 Створення бренда міста	15
	Основні складові бренда міста. Місія та цінності міста у створенні свого бренда: цілі брендингу міста, місія міста, стратегічна спрямованість на майбутнє	
	Цільова аудиторія брендингу міста та її інтереси	
	Критерії оцінки бренда міста	
	Процедура розробки бренду міста	
	РАЗОМ	120

6 ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Сертифікація досягнень студентів здійснюється за допомогою прозорих процедур, що ґрунтуються на об'єктивних критеріях відповідно до Положення університету «Про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти».

Досягнутий рівень компетентностей відносно очікуваних, що ідентифікований під час контрольних заходів, відображає реальний результат навчання студента за дисципліною.

6.1 Шкали

Оцінювання навчальних досягнень студентів НТУ «ДП» здійснюється за рейтинговою (100-бальною) таконвертаційною шкалами. Остання необхідна (за офіційною відсутністю національної шкали) для конвертації (переведення) оцінок здобувачів вищої освіти різних закладів.

Шкали оцінювання навчальних досягнень студентів НТУ «ДП»

Рейтингова	Конвертаційна
90...100	відмінно / Excellent
74...89	добре / Good
60...73	задовільно / Satisfactory
0...59	незадовільно / Fail

Кредити навчальної дисципліни зараховується, якщо студент отримав підсумкову оцінку не менше 60-ти балів. Нижча оцінка вважається академічною заборгованістю, що підлягає ліквідації відповідно до Положення про організацію освітнього процесу НТУ «ДП».

6.2 Засоби та процедури

Зміст засобів діагностики спрямовано на контроль рівня сформованості знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності студента за вимогами НРК до 8-го кваліфікаційного рівня під час демонстрації регламентованих робочою програмою результатів навчання.

Студент на контрольних заходах має виконувати завдання, орієнтовані виключно на демонстрацію дисциплінарних результатів навчання (розділ 2).

Засоби діагностики, що надаються студентам на контрольних заходах у вигляді завдань для поточного та підсумкового контролю, формуються шляхом конкретизації вихідних даних та способу демонстрації дисциплінарних результатів навчання.

Засоби діагностики (контрольні завдання) для поточного та підсумкового контролю дисципліни затверджуються кафедрою.

Види засобів діагностики та процедур оцінювання для поточного та підсумкового контролю дисципліни подано нижче.

Засоби діагностики та процедури оцінювання

ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ			ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	
навчальне заняття	засоби діагностики	процедури	засоби діагностики	процедури
практичні	індивідуальні завдання	виконання завдань під час практичних	комплексна контрольна	визначення середньозваженого

	групові завдання	занять та самостійної роботи	робота (ККР)	результату поточних контролів
	контрольні завдання за кожною темою	виконання завдань під час практичних занять		виконання ККР під час заліку за бажанням студента

Під час поточного контролю практичні заняття оцінюються якістю виконання контрольних, індивідуальних та групових завдань.

Якщо зміст певного виду занять підпорядковано декільком дескрипторам, то інтегральне значення оцінки може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюються викладачем.

За наявності рівня результатів поточних контролів з усіх видів навчальних занять не менше 60 балів, підсумковий контроль здійснюється без участі студента шляхом визначення середньозваженого значення поточних оцінок.

Незалежно від результатів поточного контролю кожен студент під час заліку має право виконувати ККР, яка містить завдання, що охоплюють ключові дисциплінарні результати навчання.

Кількість конкретизованих завдань ККР повинна відповідати відведеному часу на виконання. Кількість варіантів ККР має забезпечити індивідуалізацію завдання.

Значення оцінки за виконання ККР визначається середньою оцінкою складових (конкретизованих завдань) і є остаточним.

Інтегральне значення оцінки виконання ККР може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюється кафедрою для кожного дескриптора НРК.

6.3 Критерії

Реальні результати навчання студента ідентифікуються та вимірюються відносно очікуваних під час контрольних заходів за допомогою критеріїв, що описують дії студента для демонстрації досягнення результатів навчання.

Для оцінювання виконання контрольних завдань під час поточного контролю практичних занять в якості критерія використовується коефіцієнт засвоєння, що автоматично адаптує показник оцінки до рейтингової шкали:

$$O_i = 100 a/m,$$

де a – число правильних відповідей та виконаних суттєвих операцій відповідно до еталону рішення; m – загальна кількість запитань або суттєвих операцій еталону.

Індивідуальні та групові завдання, а також комплексні контрольні роботи оцінюються експертно за допомогою критеріїв, що характеризують

співвідношення вимог до рівня компетентностей і показників оцінки за рейтинговою шкалою.

Зміст критеріїв спирається на компетентнісні характеристики, визначені НРК для бакалаврського рівня вищої освіти (подано нижче).

**Загальні критерії досягнення результатів навчання
для 6-го кваліфікаційного рівня за НРК**

Інтегральна компетентність – здатність до дослідницької, аналітичної і проектної діяльності в сфері управління продажами товарі (послуг) організацій різних видів на різноманітних ринках.

Дескриптори НРК	Вимоги до знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності	Показник оцінки
Знання		
<ul style="list-style-type: none"> ◆ спеціалізовані концептуальні знання, набуті у процесі навчання та/або професійної діяльності на рівні новітніх досягнень, які є основою для оригінального мислення та інноваційної діяльності, зокрема в контексті дослідницької роботи; ◆ критичне осмислення проблем у навчанні та /або професійній діяльності та на межі предметних галузей 	Відповідь відмінна – правильна, обґрунтована, осмислена. Характеризує наявність: - спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень; - критичне осмислення проблем у навчанні та/або професійній діяльності та на межі предметних галузей	95-100
	Виконання завдань містить негрубі помилки або описки	90-94
	Виконання завдань правильне, але має певні неточності	85-89
	Виконання завдань правильне, але має певні неточності й недостатньо обґрунтована	80-84
	Виконання завдань правильне, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена	74-79
	Виконання завдань фрагментарне	70-73
	Виконання завдань демонструє нечіткі уявлення студента про об'єкт вивчення	65-69
	Рівень знань мінімально задовільний	60-64
	Рівень знань незадовільний	<60
Уміння		
<ul style="list-style-type: none"> ◆ розв'язання складних задач і проблем, що потребує оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної/недостатньої інформації та суперечливих вимог; ◆ провадження дослідницької та/або інноваційної діяльності 	Відповідь (виконане завдання характеризує уміння: - виявляти проблеми - формулювати гіпотези - розв'язувати проблеми - оновлювати знання - інтегрувати знання	95-100
	Відповідь (виконане завдання) характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності з негрубими помилками	90-94
	Відповідь (виконане завдання) характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації однієї вимоги	85-89
	Відповідь (виконане завдання) характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації двох вимог	80-84

Дескриптори НРК	Вимоги до знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності	Показник оцінки
	Відповідь (виконане завдання) характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації трьох вимог	74-79
	Відповідь (виконане завдання) характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації чотирьох вимог	70-73
	Відповідь (виконане завдання) характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності при виконанні завдань за зразком	65-69
	Відповідь (виконане завдання) характеризує уміння застосовувати знання при виконанні завдань за зразком, але з неточностями	60-64
	Рівень умінь незадовільний	<60
Комунікація		
<p>♦ зрозуміле і недвозначне донесення власних висновків, а також знань та пояснень, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються;</p> <p>♦ використання іноземних мов у професійній діяльності</p>	<p>Зрозумілість відповіді (доповіді). Мова:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильна; - чиста; - ясна; - точна; - логічна; - виразна; - лаконічна. <p>Комунікаційна стратегія:</p> <ul style="list-style-type: none"> - послідовний і несуперечливий розвиток думки - наявність логічних власних суджень - доречна аргументації та її відповідність відстоюваним положенням - правильна структура відповіді (виконаного завдання) - правильність відповідей на запитання - доречна техніка відповідей на запитання - здатність робити висновки та формулювати пропозиції - використання іноземних мов у професійній діяльності 	95-100
	Достатня зрозумілість відповіді (виконаного завдання) та доречна комунікаційна стратегія з незначними хибами	90-94
	Добра зрозумілість відповіді (виконаного завдання) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добра зрозумілість відповіді (виконаного завдання) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано чотири вимоги)	80-84
	Добра зрозумілість відповіді (виконаного завдання) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано п'ять вимог)	74-79
	Задовільна зрозумілість відповіді (виконаного завдання) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано сім вимог)	70-73

Дескриптори НРК	Вимоги до знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності	Показник оцінки
	Задовільна зрозумілість відповіді (виконаного завдання) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано дев'ять вимог)	65-69
	Задовільна зрозумілість відповіді (виконаного завдання) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано 10 вимог)	60-64
	Рівень комунікації незадовільний	<60
<i>Автономність та відповідальність</i>		
<ul style="list-style-type: none"> ◆ відповідальність за розвиток професійного знання і практик, оцінку стратегічного розвитку команди; ◆ здатність до подальшого навчання, яке значною мірою є автономним та самостійним 	Відмінне володіння компетенціями: <ul style="list-style-type: none"> - використання принципів та методів організації діяльності команди; - ефективний розподіл повноважень в структурі команди; - підтримка врівноважених стосунків з членами команди (відповідальність за взаємовідносини); - стресовитривалість; - саморегуляція; - трудова активність в екстремальних ситуаціях; - високий рівень особистого ставлення до справи; - володіння всіма видами навчальної діяльності; - належний рівень фундаментальних знань; - належний рівень сформованості загальнонавчальних умінь і навичок 	95-100
	Упевнене володіння компетенціями автономності та відповідальності з незначними хибами	90-94
	Добре володіння компетенціями автономності та відповідальності (не реалізовано дві вимоги)	85-89
	Добре володіння компетенціями автономності та відповідальності (не реалізовано три вимоги)	80-84
	Добре володіння компетенціями автономності та відповідальності (не реалізовано чотири вимоги)	74-79
	Задовільне володіння компетенціями автономності та відповідальності (не реалізовано п'ять вимог)	70-73
	Задовільне володіння компетенціями автономності та відповідальності (не реалізовано шість вимог)	65-69
	Задовільне володіння компетенціями автономності та відповідальності (рівень фрагментарний)	60-64
	Рівень автономності та відповідальності незадовільний	<60

7 ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Технічні засоби навчання.
Дистанційна платформа MOODL.

8 РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна

1. Панкрухин А.П. Маркетинг територій: Підручник. СПб.: Пітер, 2006.

2. Котлер Ф., Асплунд К. Маркетинг мест : привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны и страны Европы. Пер. с англ. СПб, 2005. 376 с.

3. Старостіна А. О. Мартов С. Є. Регіональний маркетинг : суть та особливості становлення в Україні. Маркетинг в Україні. 2004. №3. С.55-57.

Додаткова

4. Державне та регіональне управління : навч. посібн. За ред. А. Ф. Мельник. Тернопіль : Економічна думка, 2014. 452 с.

5. Дудкіна О. П. Регіональне управління : навч. посібник. Тернопіль : Вид-во "Астон", 2013. 209 с.

6. Окара Д.В., Чернишев В.Г., Шинкаренко Л.В. Дослідження розвитку України на підставі індексу глобальної конкурентоспроможності. Глобальні та національні економіки. 2018. Випуск 22.

7. Палехов Д. Проблемы реформирования пространственного планирования в Украине. Управление устойчивым развитием в условиях переходной экономики: монография. Ред. М. Шмидт и др. Днепропетровск-Коттбус, 2015. С. 222-235.

8. Ревун К. І. Конкурентоспроможність України та її регіонів : діагностика та передумови нарощування конкурентного потенціалу. Наука молода. 2015. № 22. С.22-33.

Законодавчі акти та міжнародні документи

9. Державна стратегія регіонального розвитку на період до 2020 р. : Закон України від 6 серпня 2014 р. № 385. Офіційний вісник України. 2014. № 70. С. 9. Стаття 1966. Редакція від 02.10.2019.

10. СЕМАТ (2010): Council of Europe Conference of Ministers responsible for Spatial / Regional Planning. Basic texts 1970-2010. Territory and landscape, № 3. Council of Europe Publishing F-67075. 320 p.

11. Guiding Principles for Sustainable Spatial Development of the European Continent (2000).

12. Torremolinos Charter – European Regional. Spatial Planning Charter (1983).

13. Europe 2020: A strategy for smart, sustainable and inclusive growth. European Commission. 2015.

14. Державна стратегія регіонального розвитку на період до 2020 р. URL: <http://search.ligazakon.ua/ldoc2.nsf/link1-/KP140385.html> (дата звернення 01.09.2019).

Статистичні ресурси та звіти у мережі Internet

15. Звіт про конкурентоспроможність регіонів України, 2011 р. Фонд «Ефективне управління» за підтримки Всесвітнього економічного форуму. 212 с. URL: <http://www.feg.org.ua/ua/reports> (дата звернення: 28.01.2020).

16. Інтерактивні рейтинги міст та регіонів: проект «Транспарентність, фінансове здоров'я та конкурентоспроможність місцевого самоврядування в Україні». URL: <http://www.gmd.center/2017/09/25/interaktyvni-rejtyngy-mist-ta-regioniv-proekt-transparentnist-finansove-zdorov-ya-ta-konkurentospromozhnist-mistseвого-samovryaduvannya-v-ukrayini/> (дата звернення: 28.01.2020).

17. Конкурентоспроможність регіонів та регіональна оцінка ділового клімату в Україні. URL: http://icps.com.ua/assets/uploads/images/images/eu/konkurentospromozhn_st_prezentac_ua.pdf (дата звернення: 28.01.2020).

18. Оцінка конкурентоспроможності регіонів України. URL: http://www.feg.org.ua/uploadfiles/reports/files/4_chapter2_ukr.pdf (дата звернення: 28.01.2020).

19. Результати регіонів України. URL: http://www.feg.org.ua/uploadfiles/reports/files/7_regionresults_ukr.pdf (дата звернення: 28.01.2020).

20. Europe 2020: A strategy for smart, sustainable and inclusive growth / European Commission. 2010. URL: http://ec.europa.eu/Europe2020/index_eu.htm (date of access: 28.06.2019).

Навчальне видання

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Маркетинг територій» для магістрів
спеціальності 075 Маркетинг

Розробник: Людмила Львівна Палехова

Підписано до друку 21.06.2019. Формат 30 × 42/4.
Папір офсетний. Ризографія. Ум. друк. арк. 1,25.
Обл.-вид. арк. 1,25. Тираж 100 прим. Зам._____.

Підготовлено до виходу в світ
у Національному технічному університеті
«Дніпровська політехніка».

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 1842
4960050, м. Дніпро, просп. Д. Яворницького, 19