

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



Кафедра маркетингу

«ЗАТВЕРДЖЕНО»
завідувач кафедри маркетингу

Касян С.Я. 
«05» липня 2022 року

РОБОЧА ПРОГРАМА
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«МАРКЕТИНГ ТЕРИТОРІЙ»

Галузь знань	05 Соціальні та поведінкові науки 07 Управління і адміністрування 24 Сфера обслуговування 29 Міжнародні відносини
Спеціальність	усі спеціальності ФЕФ
Освітній рівень.....	Другий (магістерський)
Освітня програма	усі ОПП ФЕФ
Статус	Вибіркова (фахова)
Загальний обсяг	4 кредити ЄCTS (120 годин)
Форма підсумкового контролю	Диференційований залік
Термін викладання	2-й семестр, 4 чверть 2022-2023 н.р.
Мова викладання	українська

Викладач: к.е.н., професорка кафедри маркетингу Палехова Л.Л.
Пролонговано: на 2022/2023 н.р. _____ (Касян С.Я.) «30» червня 2022 р.
(підпис, ПІБ, дата)

Дніпро
НТУ «ДП»
2022

Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетинг територій» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти для усіх спеціальностей ФЕФ. Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка», каф. маркетингу. Д. : НТУ «ДП», 2022. 14 с.

Розробниця – к.е.н., професорка кафедри маркетингу Палехова 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.

Погоджено рішенням науково-методичної комісії спеціальності 075 «Маркетинг» (протокол №10 від 30.06.2022 р.).

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	12
8 РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ.....	12

1 МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою викладання навчальної дисципліни «Маркетинг територій» є формування компетентностей щодо маркетингового управління розвитком територіально-адміністративних одиниць на принципах Цілей сталого розвитку.

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

2 ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Дисциплінарні результати навчання (ДРН)	
шифр ДРН	Зміст
ДРН1	Знати сутність та завдання маркетингу територій, складові комплексу маркетингу території, принципи сталого просторового розвитку та основні завдання маркетингу у плануванні сталого розвитку територіально-адміністративної одиниці
ДРН2	Вміти розробляти програму проведення маркетингових досліджень територій, визначати зовнішні та внутрішні маркетингові фактори, що впливають на сталий розвиток території, визначати та сегментувати споживачів ресурсів території (міста, регіону)
ДРН3	Вміти досліджувати комплекс маркетингу територій, у тому числі маркетинговий зміст території як продукту та ціну території у маркетингу, розробляти програми нарощування потенціалу міста як продукту та соціальні показники «ціни території»
ДРН4	Демонструвати навички з використання методів позиціонування території та формування бренду території, з'ясування та вирішування маркетингових задач з розробки іміджу, бренду і репутації території
ДРН5	Вміти проводити дослідження конкурентних переваг територій та демонструвати навички з розробки маркетингових програм з підвищення конкурентоспроможності територій

3 БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ

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

Вид навчальних занять	Обсяг, години	Розподіл за формами навчання, години			
		денна		заочна	
		аудиторні заняття	самостійна робота	аудиторні заняття	самостійна робота
лекційні	50	20	30	6	44
практичні	66	26	40	4	62
контрольні заходи	4	4	-	4	-
РАЗОМ	120	50	70	14	106

5 ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
ЛЕКЦІЇ		50
ДРН1 ДРН2	1 Сутність та завдання маркетингу територій	5
	1.1 Поняття «маркетингу територій». Концепція маркетингу територій	
	1.2 Цілі, принципи і завдання маркетингового управління розвитком територій. Суб'єкти маркетингу територій	
	1.3 Класифікація маркетингу територій за об'єктами і типом маркетингового впливу	
	1.4 Складові комплексу маркетингу територій	
ДРН1- ДРН4	2 Концепція сталого розвитку міст і спільнот	5
	2.1 Поняття та керівні принципи сталого просторового розвитку	
	2.2 Світові конвенції та Стратегія ЄС зі сталого розвитку міст та територій	
	2.3 Управління сталим розвитком територій у євроінтеграційній стратегії України	
	2.4 Система маркетингового управління сталим розвитком територій (регіонів, міст)	
ДРН1- ДРН4	3 Маркетингове дослідження територій	5
	3.1 Об'єкти маркетингових досліджень територій	
	3.2 Програма та етапи проведення маркетингових досліджень територій	
	3.3 Зовнішні та внутрішні маркетингові фактори, що впливають на сталий розвиток територій	
	3.4 Методи збирання та аналізу маркетингової інформації у процесах розробки програми розвитку територій	
ДРН1- ДРН4	4 Цільова аудиторія у маркетингу територій	5
	4.1 Поняття цільової аудиторії у маркетингу територій	
	4.2 Види та класифікація цільової аудиторії	
	4.3 Сегментування споживачів ресурсів територій (міста, регіону)	
	4.4 Дослідження цільового сегменту у маркетингу міста	
ДРН1- ДРН4	5 Маркетинговий зміст територій як продукту	5
	5.1 Поняття продукту у теорії маркетингу територій	
	5.2 Асортимент, кількість і якість територій (міста) як продукту	
	5.3 Методи оцінки сталості територій (міста) як продукту	
	5.4 Нарощування потенціалу міста як продукту	
ДРН1- ДРН4	6 Поняття ціни територій у маркетингу	5
	6.1 Поняття ціни у теорії маркетингу територій	
	6.2 Складові та виміри ціни територій у маркетингу	
	6.3 Соціальні компоненти «ціни територій»: показники психологічно-соціальної комфортності територій для гідного життя та продуктивного ведення бізнесу	
	6.4 Ціна доступу до ресурсів: показники цінності ресурсів територіально-адміністративної одиниці	

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
ДРН1-ДРН4	7 Позиціонування території	5
	7.1 Завдання позиціонування у територіальному маркетингу	
	7.2 Складові та виміри позиціонування території у маркетингу	
	7.3 Маркетингові задачі позиціонування міста	
	7.4 Системи і методи позиціонування міста	
ДРН1-ДРН4	8 Формування бренду території	5
	8.1 Концепція бренду території	
	8.2 Взаємозв'язок понять образу, іміджу, бренду і репутації території	
	8.2 Основні складові бренду міста: цілі брендингу, місія міста, стратегічна спрямованість на майбутнє	
ДРН1-ДРН4	9 Конкуренція територій на різних рівнях управління розвитком	10
	9.1 Поняття територіальної конкуренції і конкурентоспроможності	
	9.2 Конкурентні переваги територій	
	9.3 Методи оцінки конкурентоспроможності регіонів та міст	
	9.4 Розробка маркетингових програм з підвищення конкурентоспроможності територій	
ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ		66
ДРН1-ДРН4	1 Ситуаційна вправа: Визначення функцій маркетингу у системі планування розвитком міста	5
	2 Групова дискусія: Визначення завдань маркетингового управління сталим розвитком міста Дніпра	5
	3 Ситуаційна вправа: Дослідження зовнішніх та внутрішніх маркетингових факторів, що впливають на сталий розвиток території	5
	4 Групова дискусія: Дослідження цільових груп у маркетингу міста	10
	5 Ситуаційна вправа: Маркетингове дослідження території як продукту	5
	6 Ситуаційна вправа: Маркетинговий аналіз ціни міста	6
	7 Групова дискусія: Програма позиціонування міста Дніпро	10
	8 Ділова гра: Розробка бренду міста Дніпро	10
	9 Конференція: Маркетингова програма підвищення конкурентоспроможності міста Дніпро	10
КОНТРОЛЬНІ ЗАХОДИ		4
РАЗОМ		120

6 ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Сертифікація досягнень здобувачів 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 здобувача за дисципліною.

6.1. Шкали

Оцінювання навчальних досягнень студентів НТУ «ДП» здійснюється за рейтинговою (100-бальною) та інституційною 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	Інституційна
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 здобувача за вимогами НРК до 7-го кваліфікаційного рівня під час демонстрації регламентованих робочою програмою результатів навчання.

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

Засоби діагностики, що надаються здобувачам 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
лекції	контрольні завдання за кожною темою	-	комплексна контрольна робота (ККР)	визначення середньозваженого результату поточних контролів; залік
практичні	контрольні завдання за кожною темою	виконання завдань під час практичних занять		
	індивідуальне завдання	виконання завдань під час самостійної роботи		

Під час поточного контролю практичних занять оцінюються шляхом визначення якості виконання контрольних конкретизованих завдань. Також практичні завдання оцінюються якістю виконання індивідуального самостійного завдання.

Якщо зміст певного виду занять підпорядковано декільком складовим, 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 здобувача шляхом визначення середньозваженого значення поточних оцінок.

Незалежно від результатів поточного контролю кожен здобувач під час екзамену 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 кожної складової опису кваліфікаційного рівня 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 лекційних і практичних занять в якості критерію використовується коефіцієнт засвоєння, що автоматично адаптує показник оцінки до рейтингової шкали:

$$O_i = 100 a/m,$$

де a – число правильних відповідей або виконаних суттєвих операцій відповідно до еталону рішення;

m – загальна кількість запитань або суттєвих операцій еталону.

Індивідуальні завдання та 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 магістерського рівня вищої освіти (подано нижче).

**Загальні критерії досягнення результатів навчання
для 7-го кваліфікаційного рівня за НРК**

Дескриптори НРК	Вимоги до знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності	Показник оцінки
Знання		
- спеціалізовані концептуальні знання, що включають сучасні наукові здобутки у сфері професійної діяльності або галузі знань і є основою для оригінального мислення та проведення досліджень, критичне осмислення проблем у галузі та на межі галузей знань	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
	Відповідь містить негрубі помилки або описки	90-94
	Відповідь правильна, але має певні неточності	85-89
	Відповідь правильна, але має певні неточності й недостатньо обґрунтована	80-84
	Відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена	74-79
	Відповідь фрагментарна	70-73
	Відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про об'єкт вивчення	65-69
	Рівень знань мінімально задовільний Рівень знань незадовільний	60-64 <60
Уміння		
- спеціалізовані уміння/навички розв'язання проблем, необхідні для проведення досліджень та/або провадження інноваційної діяльності з метою розвитку нових знань та процедур - здатність інтегрувати знання та розв'язувати	Відповідь характеризує уміння: - виявляти проблеми; - формулювати гіпотези; - розв'язувати проблеми; - оновлювати знання; - інтегрувати знання; - провадити інноваційну діяльність; - провадити наукову діяльність	95-100
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності з негрубими помилками	90-94
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації однієї вимоги	85-89

Дескриптори НРК	Вимоги до знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності	Показник оцінки
складні задачі у широких або мультидисциплінарних контекстах - здатність розв'язувати проблеми у нових або незнайомих середовищах за наявності неповної або обмеженої інформації з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації двох вимог	80-84
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації трьох вимог	74-79
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації чотирьох вимог	70-73
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності при виконанні завдань за зразком	65-69
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання при виконанні завдань за зразком, але з неточностями	60-64
	Рівень умінь незадовільний	<60
Комунікація		
- зрозуміле і недвозначне донесення власних знань, висновків та аргументації до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються	Зрозумілість відповіді (доповіді). Мова: - правильна; - чиста; - ясна; - точна; - логічна; - виразна; - лаконічна. Комунікаційна стратегія: - послідовний і несуперечливий розвиток думки; - наявність логічних власних суджень; - доречна аргументації та її відповідність відстоюваним положенням; - правильна структура відповіді (доповіді); - 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 (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія з незначними хибами	90-94
	Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано чотири вимоги)	80-84

Дескриптори НРК	Вимоги до знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності	Показник оцінки
	Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано п'ять вимог)	74-79
	Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано сім вимог)	70-73
	Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано дев'ять вимог)	65-69
	Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано 10 вимог)	60-64
	Рівень комунікації незадовільний	<60
<i>Відповідальність і автономія</i>		
- управління робочими або навчальними процесами, які є складними, непередбачуваними та потребують нових стратегічних підходів - відповідальність за внесок до професійних знань і практики та/або оцінювання результатів діяльності команд та колективів - здатність продовжувати навчання з високим ступенем автономії	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

Дескриптори НРК	Вимоги до знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності	Показник оцінки
	Рівень автономності та відповідальності незадовільний	<60

7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

На навчальних заняттях студенти повинні мати: гаджети з можливістю підключення до Інтернету; перевірений доступ до застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; Zoom; інстальований на ПК та /або мобільних гаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point); активований акаунт університетської пошти (student.i.p.@nmu.one) на Офіс365.

8 РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основні

1 Палехова Л. Л. Управління сталим розвитком: довідник базових понять. НТУ «Дніпровська Політехніка», 2020. 332 с.

2 Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг міст. Залучення інвестицій, підприємств, жителів і туристів у міста, комуни, регіони і країни Європи. Пер. з англ. *Стокгольмська школа економіки*, 2005. 382 с.

3 Bill Baker. Place Branding for Small Cities, Regions & Downtowns. Springer, 2019. 246 p.

Методичні

4 Палехова Л.Л. Навчально-наочний посібник «Маркетинг територій» *Електронний ресурс*. Дніпро: НТУ «Дніпровська Політехніка», 2022. 30 с.

5 Палехова Л.Л. Методичні вказівки щодо виконання практичних та самостійних робіт з дисципліни «Маркетинг територій» для студентів очної форми навчання *Електронний ресурс*. Дніпро: НТУ «Дніпровська Політехніка», 2022. 15 с.

Додаткові

1 Вимірювання регіонального ділового середовища в Україні. Конкурентоспроможність регіонів та регіональна оцінка ділового клімату в Україні. Аналіз економічних і соціальних відмінностей між регіонами України за допомогою набору 103 точних показників і результатів опитування.

2 Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки 2020 р. Постанова Кабінету Міністрів України від 5 серпня 2020 р. № 695. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-%D0%BF#Text> (дата звернення 31.05.2022)

3 Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року : Указ Президента України № 722/2019 від 30.09.2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/722/2019#Text> (дата звернення 31.05.2022)

4 Управление устойчивым развитием в условиях переходной экономики: монография: 2-е изд., перераб. и доп. [М. Шмидт, Б. Хансманн, Д. А. Палехов,

Г. Г. Пивняк, Ю. С. Шемшученко, А. Ф. Павленко, А. Г. Шапарь, В. Я. Швец, Л. Л. Палехова]. Днепропетровск-Коттбус: НГУ-БТУ, 2016. 432 с.

5 European Commission, 2010. Europe 2020: A strategy for smart, sustainable and inclusive growth. COM(2010) 2020 final. URL: <https://www.eea.europa.eu/policy-documents/com-2010-2020-europe-2020> (дата звернення 31.05.2022)

6 A Clean Planet for all A European strategic long-term vision for a prosperous, modern, competitive and climate neutral economy. COM/2018/773 final. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52018DC0773> (дата звернення 31.05.2022)

7 Palekhov D., Palekhova L. (2019) Responsible Mining: Challenges, Perspectives and Approaches. *Sustainable Global Value Chains. Natural Resource Management in Transition*. Vol. 2. Springer, P. 521-544.

8 Palekhova L., Palekhov D. (2017) Anwendung von Energieeffizienzkriterien für Marktstrategien von Großunternehmen in den Transformationsländern. *Energieeffizienz im Bau und Maschinenwesen [Herausgeber: K.Fraña, S.Simon, J.Grunewald]*. Technische Universität in Liberec. P. 44-57.

9 Palekhova L., Trehub M. (2018) The problems of the sustainable industrial use of lands under changing climate. *NESEFF-NETZWERKTREFFEN Brandenburgische Technische Universität Cottbus-Senftenberg*. P. 14-29.

Навчальне видання

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«МАРКЕТИНГ ТЕРИТОРІЙ»
для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти
усіх освітньо-професійних програм
та усіх спеціальностей ФЕФ

Розробниця:
Людмила Львівна Палехова

У редакції авторки

Підготовлено до виходу в світ
у Національному технічному університеті
«Дніпровська політехніка».
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 1842
49005, м. Дніпро, просп. Д. Яворницького, 19