

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ ТЕРИТОРІЙ»



Ступінь освіти	Другий (магістерський) Цифрова економіка, Журналістика, медіакомунікації та PR, Маркетинг, Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії, Готельно-ресторанний бізнес, Туристична діяльність
Освітня програма	2-й семестр, 4 чверть
Тривалість викладання	4 кредити ЄCTS (120 годин)
Кількість кредитів	
Заняття	
Лекції	2 год/тижд
Практичні	2 год/тижд
Мова викладання	українська

Кафедра, що викладає: Маркетингу

Сторінка курсу в СДО НТУ «ДП»:

<https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=2853>

Консультації: за окремим розкладом, погодженим зі здобувачами вищої освіти

Онлайн-консультації: Microsoft Teams – група «Маркетинг територій»



Інформація про викладача:

Палєхова Людмила Львівна

професор кафедри маркетингу, кандидат
економічних наук, доцент

Персональна сторінка

<https://mk.nmu.org.ua/ua/kaff/palekhova.php>

E-mail: Paliekhova.L.L@nmu.one

1 Анотація до курсу

Маркетинг територій – розкриває зміст спеціалізованої діяльності, що здійснюється з метою маркетингового управління розвитком території на принципах сталого розвитку, у тому числі встановлення сукупності маркетингових факторів, що обумовлюють загрози та можливості, сильні та слабкі сторони певної території у стратегічному вимірі. Дисципліна вивчає маркетинговий зміст території (регіону, міста) як продукту, що має ціну і споживачів, позиціонує та конкурує з іншими територіями з точки зору інтересів її внутрішніх суб'єктів, а також зовнішніх суб'єктів, які зацікавлені у можливостях території для свого власного розвитку.

2 Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета навчальної дисципліни – формування компетентностей, системи знань і практичних навичок щодо маркетингового управління розвитком територіально-адміністративних одиниць (регіонів та міст) на принципах Цілей сталого розвитку.

Завдання курсу:

– *ознайомити* здобувачів вищої освіти з концепцією маркетингу територій, принципами, цілями та сучасними концепціями маркетингового управління сталим розвитком території та територіально-адміністративних одиниць;

– *навчити* методам маркетингового дослідження територіально-адміністративних, у тому числі збирання та аналізу маркетингової інформації у процесах розробки програми розвитку території одиниць, встановлення зовнішніх та внутрішніх маркетингових факторів, що впливають на сталий розвиток території;

– *сформувати знання та навички* з використання інструментів нарощування потенціалу міста як продукту та підвищення його ціни для зацікавленої аудиторії, позиціонування та формування бренда міста у контексті глобальної цілі “Сталий розвиток міст і спільнот”, а також збільшення конкурентних переваг територій.

Результати навчання:

– *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;

– *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);

– *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”;

– *демонструвати навички* з використання методів позиціонування території та формування бренда території, з’ясування та вирішування маркетингових задач з розробки іміджу, бренду і репутації території.

3 Структура курсу

Види та тематика навчальних занять	Внесок в загальну оцінку, %
ЛЕКЦІЇ	40

Види та тематика навчальних занять	Внесок в загальну оцінку, %
Тема 1 Сутність та завдання маркетингу територій. Концепція маркетингу територій. Цілі, принципи і завдання маркетингового управління розвитком територій. Суб'єкти маркетингу територій. Класифікація маркетингу територій по об'єктах і типах маркетингового впливу. Складові комплексу маркетингу територій	
Тема 2 Концепція сталого розвитку міст і спільнот. Поняття та керівні принципи сталого просторового розвитку. Світові конвенції та Стратегія ЄС зі сталого розвитку територій. Управління сталим розвитком територій в євроінтеграційній стратегії України. Система маркетингового управління сталим розвитком територій (регіонів, міст).	
Тема 3 Маркетингове дослідження територій. Об'єкти маркетингових досліджень територій. Зовнішні та внутрішні маркетингові фактори, що впливають на сталий розвиток територій. Процес розробки та узгодження маркетингової програми розвитку територій. Стратегічна екологічна оцінка планів та програм розвитку територій	
Тема 4 Цільова аудиторія у маркетингу територій. Поняття цільової аудиторії у маркетингу територій. Види та класифікація цільової аудиторії. Сегментування споживачів ресурсів територій (міста, регіону). Дослідження цільового сегменту у маркетингу міста	
Тема 5 Маркетинговий зміст території як продукту. Поняття продукту у теорії маркетингу територій. Асортимент, кількість і якість території (міста) як продукту. Методи оцінки сталості території (міста) як продукту. Нарощування потенціалу міста як продукту.	
Тема 6 Поняття ціни території у маркетингу. Поняття ціни у теорії. Складові та виміри ціни території у маркетингу. Соціальні компоненти "ціни території". Ціна доступу до ресурсів.	
Тема 7 Формування бренда території. Концепція бренда території. Взаємозв'язок понять образу, іміджу, бренду і репутації території. Основні складові бренда міста. Методи позиціонування міста.	
<i>Тестова контрольна робота (за темами 1-7)</i>	40
ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ	60
1 Ситуаційна вправа: Визначення функцій маркетингу у системі планування розвитком міста <i>Звіт з роботи № 1 та захист практичної роботи</i>	10
2 Групова дискусія: Визначення завдань маркетингового управління сталим розвитком міста Дніпра <i>Звіт з роботи № 2 та захист практичної роботи</i>	10
3 Ситуаційна вправа: Дослідження зовнішніх та внутрішніх факторів, що впливають на сталий розвиток території <i>Звіт з роботи № 3 та захист практичної роботи</i>	10
4 Ситуаційна вправа: Маркетингове дослідження території як продукту <i>Звіт з роботи № 4 та захист практичної роботи</i>	10
5 Ділова гра: Розробка бренду міста Дніпро <i>Звіт з роботи № 5 та захист практичної роботи</i>	10
6 Ситуаційна вправа: Процедура стратегічної оцінки врахування екологічних пріоритетів у планах розвитку міста <i>Звіт з роботи № 6 та захист практичної роботи</i>	10
Загальна кількість балів	120

Інформація для здобувачів заочної форми навчання. На сайті НТУ «ДП» розміщено графік навчального процесу. Протягом року передбачено заняття з викладачем відповідно до розкладу: 4 год. лекційних занять, 4 год. практичних занять. Решту теоретичних і практичних завдань здобувач опановує самостійно. Здобувачі заочної форми навчання виконують передбачені навчальним планом індивідуальні завдання (контрольні роботи) та подають їх на кафедри на початку сесії до проведення контрольних заходів з дисципліни. Умови завдань розміщено на сторінці курсу на платформі Moodle. Форма контролю – залік.

5 Технічне обладнання та/або програмне забезпечення

На навчальних заняттях студенти повинні мати: гаджети з можливістю підключення до Інтернету; перевірений доступ до застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; 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.

6 Оцінювання результатів навчання

6.1. Шкали. Навчальні досягнення здобувачів вищої освіти за результатами вивчення курсу оцінюватимуться за шкалою, що наведена нижче:

Рейтингова	Інституційна
90...100	відмінно
74...89	добре
60...73	задовільно
0...59	незадовільно

6.2 Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни. Здобувачі вищої освіти можуть отримати підсумкову оцінку з навчальної дисципліни на підставі поточного оцінювання знань за умови, якщо набрана кількість балів з поточного тестування теоретичної частини та виконання і захисту практичних робіт складатиме не менше 60 балів.

Структура оцінювання поточного контролю в балах:

Теоретична частина	Практична частина	Разом
40	60	100

Отримані бали за теоретичну частину та практичні роботи додаються і є підсумковою оцінкою за вивчення навчальної дисципліни. Максимально за поточною успішністю здобувач вищої освіти може набрати 100 балів.

Теоретична частина оцінюється за результатами здачі контрольної тестової роботи і складає 40% від оцінки за дисципліну. Контрольна робота містить 20 тестових питань з чотирма варіантами відповідей на перевірку

базових понять і термінології, одна правильна відповідь оцінюється у 2 бали (разом 40 балів).

Практичні роботи готуються у вигляді презентацій з використанням мультимедійних технологій, звіти здаються у письмовому вигляді і захищаються на заняттях (див. таблицю розділу 4). За кожну роботу можна отримати максимум 10 балів, що у сумі буде складати 60% від загальної оцінки за дисципліну.

Оцінка практичної роботи враховує якість підготовленої презентації, звіту та захисту:

1 бал – виконано лише окремі елементи вправ, звіт і презентація містять суттєві помилки, порушення логіки, демонструють поверхневі знання і відсутність аргументації; відсутня участь у дискусії та діловій грі.

2 бали – вправи виконані частково; звіт і презентація демонструють поверхневі знання і містять слабо зрозумілі аргументи; відсутня участь у дискусії та діловій грі.

3 бали – завдання виконано не повністю і з великими недоліками; звіт і презентація демонструють слабкі знання, важкі для сприйняття та переконання; участь у дискусії та діловій грі вибіркова або відсутня.

4 бали – завдання виконано, але звіт і презентація зроблено не систематизовано, не мають чіткої, послідовної структури та не підкріплені належними, переконливими доводами; участь у дискусії та діловій грі вибіркова або відсутня.

5 балів – завдання виконано фрагментарно; звіт і презентація мають недостатню обґрунтованість, помилки або порушення при оформленні; аргументація; слабка участь у дискусії та діловій грі.

6 балів – завдання виконано повністю, але має певні неточності, недостатньо обґрунтоване та осмислене; звіт і презентація оформлені без додаткового аналізу або прикладів; слабка участь у дискусії та діловій грі.

7 балів – завдання виконано повністю; звіт і презентація оформлені відповідно до вимог, але мають певні неточності й недостатню обґрунтованість; слабка участь у дискусії та діловій грі.

8 балів – презентація і звіт демонструють достатнє засвоєння матеріалу у межах наданого лекційного матеріалу, але містять певні неточності, аргументи не завжди підкріплені прикладами і результатами самостійного вивчення додаткової інформації; є участь у дискусії та діловій грі.

9 балів – презентація і звіт демонструють добре засвоєння матеріалу, містять результати аналізу за темою; аргументи підкріплені прикладами, але є негрубі помилки або описки; презентація демонструє вміння опрацьовувати додаткові інформаційні ресурси; активна участь у дискусії та діловій грі.

10 балів – презентація і звіт демонструють глибоке засвоєння матеріалу, містять результати вивчення додаткової інформації; аргументи підкріплені вагомими прикладами; презентація демонструє критичне осмислення проблеми, вміння робити висновки; активна й змістовна участь у дискусії та діловій грі.

6.3. Критерії оцінювання підсумкової роботи. У випадку, якщо здобувач за поточною успішністю отримав менше 60 балів та/або прагне поліпшити оцінку проводиться підсумкове оцінювання (екзамен) під час сесії.

Залік проводиться у вигляді комплексної контрольної роботи, яка включає запитання з теоретичної та практичної частини курсу.

Білет складається з 20 тестових завдань з чотирма варіантами відповідей, одна правильна відповідь оцінюється в 3 бали (разом 60 балів) та 4 відкритих питань з практичної частини, кожне з запитань оцінюється максимум у 10 балів (разом 40 балів), причому:

- 10 балів – відповідність еталону;
- 8-9 балів – відповідність еталону з незначними помилками;
- 5-7 балів – часткова відповідність еталону, питання розкриті не в повній мірі;
- 2-4 бали – невідповідність еталону, але відповідність темі запитання;
- 1 бал – фрагментарні результати у відповідності до теми запитання;
- 0 балів – відповідь не наведена або не відноситься до теми запитання.

Отримані бали за відкриті та закриті тести додаються і є підсумковою оцінкою за вивчення навчальної дисципліни. Максимально за підсумковою роботою здобувач вищої освіти може набрати 100 балів.

7 Політика курсу

7.1 Політика щодо академічної доброчесності. Академічна доброчесність здобувачів вищої освіти є важливою умовою для опанування результатами навчання за дисципліною і отримання задовільної оцінки з поточного та підсумкового контролів.

Академічна доброчесність базується на засудженні практик списування (виконання письмових робіт із залученням зовнішніх джерел інформації, крім дозволених для використання), плагіату (відтворення опублікованих текстів інших авторів без зазначення авторства), фабрикації (вигадування даних чи фактів, що використовуються в освітньому процесі). Політика щодо академічної доброчесності регламентується «Положенням про систему запобігання та виявлення плагіату у Національному технічному університеті «Дніпровська політехніка», <https://cutt.ly/IBesJEC>. У разі порушення здобувачем вищої освіти академічної доброчесності (списування, плагіат, фабрикація), робота оцінюється незадовільно та має бути виконана повторно. При цьому викладач залишає за собою право змінити тему завдання.

7.2 Комунікаційна політика. Здобувачі вищої освіти повинні мати активовану університетську пошту. Усі письмові запитання до викладачів стосовно курсу мають надсилатися на університетську електронну пошту.

7.3 Політика щодо перескладання. Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

7.4 Політика щодо оскарження оцінювання. Якщо здобувач вищої освіти не згоден з оцінюванням його знань він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку.

7.5 Відвідування занять. З 24.02.2022 реалізація освітньої діяльності відбувається в умовах правового режиму воєнного стану. Наявна низка небезпек: повітряні тривоги, ризики припинення енергозабезпечення, мобільного та Інтернет-зв'язку. Згідно з наказами по університету у 2025-2026 навчальному році освітня діяльність здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти всіх форм навчання здійснюється з використанням дистанційних технологій через синхронні та асинхронні комунікації.

Відвідування онлайн лекцій та практичних занять реалізується через приєднання до «команди» Microsoft Teams. Під час повітряної тривоги заняття перериваються і продовжуються лише за умов перебування учасників освітнього процесу у захищених приміщеннях. Викладачем (за технічної та безпекової можливості) здійснюється запис заняття для підтримки асинхронного формату навчання. У випадках відсутності енергозабезпечення, мобільного та Інтернет-зв'язку викладачем забезпечується асинхронний формат навчання та комунікація зі здобувачами за допомогою каналів зв'язку, що функціонують.

Про причини неможливості взяти участь в онлайн заняттях, ускладненні доступу до матеріалів на дистанційних платформах НТУ «ДП» тощо здобувач вищої освіти має повідомити викладача в особистих повідомленнях чатів Microsoft Teams, або листом на корпоративну е-пошту НТУ «ДП», або через старосту чи представника адміністрації факультету.

8 Методи навчання

Лекційні заняття мають інтерактивний, науково-пізнавальний характер. Застосовуються такі види та технології проведення лекцій, як вступна лекція, проблемна лекція, лекція-конференція та лекція-дискусія. На початку лекційного заняття викладач проводить експрес-опитування для з'ясування рівня засвоєння знань з попередніх тем.

На практичних заняттях застосовуються такі види активного навчання, як ситуаційна вправа, ділова гра, групова дискусія. На практичних заняттях застосовуються кейс-метод, методи аналізу, синтезу, порівняння, практичні задачі для розв'язання, підготовка презентацій з використанням сучасних програмних засобів, перегляд й обговорення відео-матеріалів з урахуванням можливості саморозкриття студентами своїх цілей, переваг і здібностей.

8 Рекомендовані джерела інформації

Основна

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

2 Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы. Пер. с англ. Стокгольмська школа економіки, 2005. 382 с.

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

Додаткова

4 Безугла Л. С., Палехова Л. Л., Белобородова М. В. Управління сталою поведінкою споживачів у туристичній діяльності: навч. посіб. Нац. техн. ун-т «Дніпровська політехніка». Дніпро: Акцент, 2024. 185 с.

5 Палехова Л. Л. Стала поведінка споживача у ланцюгах створення вартості. *Стале виробництво та споживання у ланцюгах створення вартості : монографія*. 2024. С. 23-43.

6 Ус С. А., Палехова Л. Л. Моделювання сталого розвитку: навч. посіб. / за заг. ред. Л. Л. Палехової. М-во освіти і науки України, Нац. техн. ун-т «Дніпровська політехніка». Дніпро : вид-во «Свідлер А.Л.», 2024. 160 с.

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 Bauund Maschinenwesen*. Technische Universität in Liberec. P. 44-57.

9 Paliekhova L. (2024). Circular economy: measuring the material footprint. *Sustainable production and consumption in industry: challenges and opportunities. Collection of scientific articles*. Ed.: A. Pavlychenko, L. Paliekhova. Dresden, 50-55.

Законодавчі акти та міжнародні документи

10 Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки 2020 р. Постанова Кабінету Міністрів України від 5 серпня 2020 р. № 695. Редакція від 13.03.2025.

11 Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року : Указ Президента України № 722/2019 від 30.09.2019.

12 Державна програми розвитку транскордонного співробітництва на 2021-2027 роки. Затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 14.04.2021 № 408. Редакція від 03.05.2023.

13 Про затвердження порядків з питань відновлення та розвитку регіонів і територіальних громад. Затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 18 липня 2023 р. № 731. Редакція від 22.02.2025.

14 Guiding Principles for Sustainable Spatial Development of the European Continent (2002). European Conference of Ministers responsible for Regional Planning (CEMAT), adopted at the 12th Session of the European Conference of Ministers responsible for Regional Planning on 7-8 September 2000 in Hanover.

15 European Spatial Development Perspective (ESDP): Towards Balanced and Sustainable Development of the Territory of the European Union (1999). EC – European Commission. Office for Official Publications of the European Communities, Luxembourg.