


Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Код і найменування спеціальності, тип і назва освітньої програми	281 Публічне управління та адміністрування освітньо-професійна програма Зв'язки з громадськістю
Статус навчальної дисципліни	Вибіркова фахова навчальна дисципліна.
Курс, семестр	2 курс, 1 семестр.
Трудовісткість	Загальна кількість годин – 120 год. Кількість кредитів – 4,0.
Мова(и) викладання	Державна
ННІ, кафедра	Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій, кафедра маркетингу
Контактні дані розробника(ів)	<div style="text-align: center;">  <p> Дядик Тетяна, к.е.н., доцент Контакти: ауд. 465, навчальний корпус №4 e-mail: tetiana.diadyk@pdau.edu.ua, тел.: +380507465072, сторінка викладача: https://www.pdau.edu.ua/people/dyadyk-tetyana-vasylivna </p> </div>
Мета вивчення навчальної дисципліни	сформувані у здобувачів вищої освіти систему професійних компетентностей з маркетингу та брендингу територій, розглянути посилення можливостей адаптації територіальної спільноти до ринкових умов, підвищити якість життя громади.
Компетентності	<p>загальні</p> <p>ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК02. Здатність працювати в команді, мотивувати людей та рухатися до спільної мети, бути лідером, діяти соціально відповідально та свідомо.</p> <p>ЗК03. Здатність розробляти та управляти проектами.</p> <p>спеціальні (фахові)</p> <p>СК02. Здатність організовувати діяльність органів публічного управління та інших організацій публічної сфери.</p> <p>СК08. Здатність розробляти стратегічні документи розвитку соціально-економічних систем на вищому, центральному, регіональному, місцевому та організаційному рівнях.</p>

	СК09. Здатність здійснювати наукову та дослідницьку діяльність у сфері публічного управління та адміністрування. СК10. Здатність приймати обґрунтовані управлінські рішення з урахуванням питань європейської та євроатлантичної інтеграції
Результати навчання	РН06. Здійснювати ефективне управління інноваціями, ресурсами, ризиками, проєктами, змінами, якістю, застосовувати сучасні моделі, підходи та технології, міжнародний досвід при проєктуванні та реорганізації управлінських та загально- організаційних структур.
Методи навчання	<p>1. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності:</p> <p>- за джерелом знань словесні методи: лекція, розповідь-пояснення; бесіда; наочні методи: ілюстрування; демонстрування; практичні методи: вправи; практичні роботи; робота з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анування, підготовка реферату, - за ступенем керівництва методи самостійної роботи вдома: завдання самостійної роботи робота під керівництвом викладача: виконання практичних завдань</p> <p>2. Методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності методи формування пізнавальних інтересів: створення ситуації інтересу; ситуації новизни навчального матеріалу; метод використання життєвого досвіду; навчальні дискусії для вирішення проблемної ситуації</p> <p>3. Методи контролю за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності: методи усного контролю: обговорення теоретичних питань, доповіді; методи письмового контролю: письмове виконання практичних завдань, глосарій; тестовий контроль: розв'язування тестів;</p> <p>4. Інноваційні методи навчання: інтерактивні методи: дискусії, диспути, проєктування професійних ситуацій; комп'ютерні і мультимедійні методи: використання мультимедійних презентацій; дистанційне навчання.</p>
Програма навчальної дисципліни	<p>Тема 1. Сутність маркетингу територій та брендингу.</p> <p>Тема 2. Комплекс інструментів територіального маркетингу.</p> <p>Тема 3. Сегментація ринку в територіальному маркетингу.</p> <p>Тема 4. Аналіз конкуренції в територіальному маркетингу.</p> <p>Тема 5. Організація та управління територіальним маркетингом.</p> <p>Тема 6. Територіальний маркетинг та брендинг країни.</p> <p>Тема 7 Територіальний маркетинг та брендинг регіону.</p> <p>Тема 8. Маркетинг та брендинг міста.</p>
Стратегія оцінювання результатів навчання	Навчальні досягнення здобувачів вищої освіти за результатами вивчення тем та курсу оцінюються у відповідності до форм поточного та семестрового оцінювання результатів навчання. Формами поточного контролю знань здобувачів вищої освіти є: розв'язування тестів; виконання

	<p>вправ на практичних заняттях; виконання завдань самостійної роботи (контрольна робота для здобувачів вищої освіти заочної форми навчання, реферати, глосарій, презентації). Форма семестрового контролю – залік.</p>
<p>Політика навчальної дисципліни</p>	<p>1. Академічна доброчесність Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/4518/dobrodobro.pdf та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавського державного аграрного університету https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/4518/etykaetyka.pdf. Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації.</p> <p>2. Академічна мобільність Є можливість опанування даної навчальної дисципліни за програмами академічної мобільності (внутрішньої / міжнародної) за наявними укладеними угодами (договорами) між Університетом та закладом-партнером та / або індивідуальними запрошеннями. Визнання та перезарахування результатів такого навчання відбувається спеціально створеною комісією на підставі поданих здобувачем вищої освіти відповідних документів з використанням Європейської кредитно-трансферної системи. Організаційні процеси навчання за програмами академічної мобільності регламентуються Положенням про академічну мобільність здобувачів вищої освіти Полтавського державного аграрного університету: https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/5555/polozhennyapromobilnist.pdf.</p> <p>3. Неформальна/інформальна освіта На здобувачів вищої освіти поширюється право про визнання результатів навчання, набутих у неформальній / інформальній освіті перед опануванням даної освітньої компоненти. Визнання набутих результатів навчання або відмова у їх визнанні. Набуття відповідних результатів навчання можливе після успішного опанування курсів (з документальним підтвердженням) на різноманітних навчальних платформах, зокрема: зокрема: Prometheus, Coursera, ВУМ online, EdEra, Українська академія лідерства, Інша Освіта тощо. Особливості неформального / інформального навчання регламентовані Положенням про порядок визнання результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті, здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету: https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/5555/polozhennyaproneformalnuosvitu.pdf.</p> <p>4. Дедлайни та перекладання</p>

	Виконання завдань з порушенням термінів без поважних причин оцінюється на нижчий на 25% бал. Перескладання поточного та підсумкового контролю відбуваються за наявності поважних причин з дозволу директорату.
Передумови для вивчення навчальної дисципліни (за потреби)	Передумови відсутні
Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни (за потреби)	Робоча програма навчальної дисципліни, презентації, відеоролики, методичні рекомендації, матеріали в системі Moodle тощо.
Рекомендовані джерела інформації	<p style="text-align: center;">Основні</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетинг територій. URL: http://ebib.pp.ua/marketing-teritoriy-pidruchnik-onlayn.html 2. Угрюмова А.А. Маркетинг територій. 2018. URL: https://stud.com.ua/136188/marketing/marketing_teritoriy 3. Бренд-менеджмент. Конспект лекцій. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 76 с. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/34765/1/Brand-management_Konspekt.pdf 4. Григорчук Т.В. Брендінг. Навчальний посібник для дистанційного навчання. Київ. 2023. URL: https://sites.google.com/site/brendingsoccult/%D0%B4%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D1%88%D0%BD%D1%8F-%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%96%D0%BD%D0%BA%D0%B0-%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B0?authuser=0 5. Смерічевський С.Ф., Петропавловська С.Є., Радченко О.А. Бренд-менеджмент: навчальний посібник//за заг. ред. С. Ф. Смерічевський, С. Є. Петропавловська, О. А. Радченко. К.: НАУ, 2019. 156 с. URL: https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/43488/1/%D0%91%D0%A0%D0%95%D0%9D%D0%94%20%D0%9C%D0%95%D0%9D%D0%95%D0%94%D0%96%D0%9C%D0%95%D0%9D%D0%A2_2019_%D0%9F%D0%9E%D0%A1%D0%86%D0%91%D0%9D%D0%98%D0%9A.pdf <p style="text-align: center;">Допоміжні</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ідріс Муті. Брендінг за 60 хвилин. Переклад Олексій Чуца. 2019. 256 с. 2. Деніел Роулз. Цифровий брендінг. Переклад Катерина Деревянко. 2020. 256 с. 3. Саймон Бейлі, Енді Мілліган. Міфи про брендінг. Фабула. 2020. 256 с. 4. Пономарьова Є.А. Бренд-менеджмент. URL: https://stud.com.ua/154412/marketing/brend-menedzhment. 5. Кейт Динни. Брендінг територій. Лучшие мировые практики. 2013. 336 с. 6. Окландер М.А., Кірнсова М.В. Маркетингова товарна політика: навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2014. 208 с. 7. Струтинська І. В. Бренд-менеджмент: теорія і практика. Тернопіль: Прінт-офіс, 2015. URL: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/7116/6/Navchalno_metodychnyj_pidruchnyk.pdf. 8. Дядик Т.В. Брендінг та інтернет-брендінг – найважливіші інструменти формування бренду підприємства.

Економічний простір: Збірник наукових праць. № 156. Дніпро: ПДАБА, 2020. С. 124-128. URL: <http://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/549/532>

9. Дядик Т.В., Загребельна І.Л., Світлична А.В. Формування «колеса бренду» закладу вищої освіти та його просування на ринку освітніх послуг. *Науковий економічний журнал «Інтелект XXI»*. №3. 2021. С. 7-81. <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/11084>.

10. Решетнікова О.В., Даниленко В.І., Дядик Т.В. Доцільність формування глобалізації бренду в сучасному середовищі міжнародного маркетингу. *Економічний простір: Збірник наукових праць*. № 178. Дніпро: ПДАБА, 2022. С. 7-11. URL: <http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/1058>.

11. Дядик Т.В. Особливості формування національного бренду країни. *Інноваційні рішення в економіці, бізнесі, суспільних комунікаціях та міжнародних відносинах: матеріали II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції: у 2 т. Т. 1*. Дніпро: Університет митної справи та фінансів, 2022. С. 144-147. <https://drive.google.com/file/d/1Ef7ICJuEITgbFJIZmOskjCAelB0Ca8Mc/view>.

12. Дядик Т.В. Найважливіші інструменти формування бренду підприємства. *Маркетингове забезпечення продуктового ринку*. Збірник тез XIV Міжнародної науково-практичної конференції (м. Полтава, 24 травня 2022 року). Полтава: ПДАУ, 2022. С. 19-22. <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/10318/zbirnykmaterialivkonferenciyi2022r1.pdf>.

Інформаційні ресурси мережі Інтернет

1. Інфографіка: 20 нових брендів, які вийшли на український ринок в 2018 році. URL: <https://rau.ua/novyni/grafika-20-novyh-brendov-2018/>

2. Бренд року. URL: <https://www.facebook.com/brandoftheyear/>

3. Премія HR-бренд. URL: <http://hrbrand.com.ua/>

4. Гільдія брендів. URL: <http://guild-brands.com/brendyi>

Рік введення

2023