



СИЛАБУС
навчальної дисципліни
«МАРКЕТИНГ ТА БРЕНДИНГ ТЕРИТОРІЙ»

Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Код і найменування спеціальності	051 Економіка освітньо-професійна програма Економіка місцевого розвитку
Тип і назва освітньої програми	Вибіркова фахова навчальна дисципліна.
Курс, семестр	2 курс, 1 семестр.
Обсяг і форма семестрового контролю	Загальна кількість годин – 120 год. Кількість кредитів – 4,0. Кількість кредитів ЄКТС – 4, Загальна кількість годин – 120, із яких: лекцій – 16 год., практичних занять – 24 год. Форма семестрового контролю – залік
Мова (и) викладання	Державна
Навчально-науковий інститут / факультет, кафедра	Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій, кафедра маркетингу
Контактні дані розробника	<i>Викладачка:</i> Дядик Тетяна Василівна , к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу <i>Контакти:</i> аудиторія 464 а, (ПДАУ, навчальний корпус № 4) <i>e-mail:</i> tetiana.diadyk@pdaa.edu.ua <i>Сторінка викладачки:</i> https://www.pdaa.edu.ua/people/dyadyk-tetyana-vasylivna
МІСЦЕ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ В ОСВІТНІЙ ПРОГРАМІ	
Статус навчальної дисципліни	Вибіркова фахова навчальна дисципліна.
Передумови для вивчення навчальної дисципліни	Відсутні
Компетентності	загальні ЗК 1. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК 5. Здатність працювати в команді. ЗК 7. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів). ЗК 8. Здатність проводити дослідження на відповідному рівні. ЗК 9. Здатність обґрунтувати дії та рішення щодо місцевого розвитку в мінливому економічному середовищі. спеціальні (фахові) СК 4. Здатність використовувати сучасні інформаційні технології, методи та прийоми дослідження економічних та соціальних процесів, адекватні встановленим потребам дослідження. СК 5. Здатність визначати ключові тренди соціально-економічного та людського розвитку. СК 7. Здатність обґрунтовувати управлінські рішення щодо ефективного розвитку суб'єктів господарювання. СК 8. Здатність оцінювати можливі ризики, соціально-економічні наслідки управлінських рішень.

	<p>СК 9. Здатність застосовувати науковий підхід до формування та виконання ефективних проєктів у соціально-економічній сфері.</p> <p>СК 10. Здатність до розробки сценаріїв і стратегій розвитку соціально-економічних систем.</p> <p>СК 11. Здатність планувати і розробляти проєкти та прогностичні сценарії у сфері економічного розвитку території та здійснювати їх інформаційне, методичне, програмне, матеріальне, фінансове та кадрове забезпечення.</p>
Програмні результати навчання	<p>ПРН 2. Розробляти, обґрунтовувати і приймати ефективні рішення з питань розвитку соціально-економічних систем та управління суб'єктами економічної діяльності.</p> <p>ПРН 7. Обирати ефективні методи управління економічною діяльністю, обґрунтовувати пропонувані рішення на основі релевантних даних та наукових і прикладних досліджень.</p>
РОЛЬ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ У ФОРМУВАННІ СОЦІАЛЬНИХ НАВИЧОК (SOFT SKILLS)	
<p>Навчальна дисципліна передбачає набуття загальних компетентностей та комплексу соціальних навичок (soft skills), притаманних сучасному фахівцю: комунікативні (комунікабельність, виховання потреби систематичного оновлення своїх знань для їх практичного застосування, проведення презентації, робота в команді, зворотний зв'язок); когнітивні та інформаційні (логіка, бажання навчатися, критичне мислення, самоорганізація); креативні (генерація нових ідей та інноваційних рішень); безконфліктність (вміння врегульовувати суперечності між членами команди або зацікавленими сторонами в процесі реалізації проєктів); лідерство (розвиток навичок управління командою, мотивації співробітників та прийняття рішень).</p>	
МЕТА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	
сформувати у здобувачів вищої освіти систему професійних компетентностей з маркетингу та брендингу територій, методів його організації для ефективного місцевого розвитку.	
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>	
МЕТОДИ НАВЧАННЯ І ВИКЛАДАННЯ	
<p>Словесні методи (лекція, розповідь-пояснення, бесіда), наочні (ілюстрування, демонстрування); практичні методи (вправи; робота з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анотування, підготовка реферату/доповіді); методи формування пізнавальних інтересів (створення ситуації інтересу та новизни навчального матеріалу; метод використання життєвого досвіду; навчальні дискусії для вирішення проблемної ситуації); інтерактивні методи (дискусії, диспути, проєктування професійних ситуацій, кейс-метод, «Мозковий штурм»); комп'ютерні і мультимедійні методи (використання мультимедійних презентацій, дистанційне навчання); методи усного контролю (опитування, бесіда, доповіді); методи письмового контролю (письмове виконання практичних завдань, самостійна робота, творче завдання, розв'язування тестів).</p>	
ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	
Схема нарахування балів, шкала оцінювання результатів навчання	Наведені в Додатку до Силабусу
ПОЛІТИКА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ТА ОЦІНЮВАННЯ	
– щодо виконання та перекладання термінів	<p>Терміни виконання та перекладання регламентуються Положенням про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти в Полтавському державному аграрному університеті http://surl.li/qhurvx та Положенням про організацію освітнього</p>

	<p>процесу в Полтавському державному аграрному університеті http://surl.li/dcddab.</p> <p>Здобувач вищої освіти зобов'язаний дотримуватись крайніх термінів (дата для аудиторних видів робіт або час в системі дистанційного навчання LMS Moodle), до яких має бути виконано певне завдання.</p>
<p>– ЩОДО академічної доброчесності</p>	<p>Нормативно-правові акти стосовно академічної доброчесності наведені на сторінці «Академічна доброчесність» сайту ПДАУ http://surl.li/irohph. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності http://surl.li/sbyeab та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавського державного аграрного університету http://surl.li/cbcoqm. .</p> <p>Виконані завдання здобувачами вищої освіти мають бути їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування, втручання в роботу інших осіб є прикладами можливої академічної недоброчесності. У разі виявлення факту плагіату здобувач вищої освіти отримує за завдання 0 балів і повинен повторно виконати його. Списування під час практичних занять заборонені (у т. ч. із використанням мобільних пристроїв). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час онлайн тестування.</p>
<p>– ЩОДО відвідування занять</p>	<p>Не дозволяються пропуски занять та запізнення з неповажних причин. Здобувачі освіти повинні приймати активну участь під час проведення занять, виконувати необхідний мінімум навчальної роботи, що є допуском до підсумкового контролю. В умовах впровадження дистанційної форми навчання за наявності об'єктивних причин (наприклад, лікарняні, індивідуальний графік, знаходження на карантині тощо) та за узгодженням з викладачем, освоєння навчальної дисципліни здобувачами вищої освіти може здійснюватися самостійно, на засадах академічної доброчесності. При цьому щотижня здобувач вищої освіти має звітувати через електронну пошту, або через систему дистанційного навчання LMS Moodle про стан виконання завдань.</p>
<p>– ЩОДО зарахування результатів неформальної освіти</p>	<p>Здобувачі вищої освіти мають право на перезарахування результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті згідно відповідного Положення про порядок визнання результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті, здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету http://surl.li/britcc. Здобувачі можуть самостійно на платформах онлайн-освіти, шляхом участі у короткострокових навчальних програмах і проєктах (з видачею сертифіката) опановувати навчальний матеріал, який за змістом дозволяє набуті очікувані навчальні результати дисципліни.</p>
<p>– ЩОДО оскарження результатів оцінювання</p>	<p>Порядок оскарження результатів оцінювання здобувачів вищої освіти регламентується Положенням про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти в Полтавському державному аграрному університеті http://surl.li/blxujj. Підставами для оскарження результату оцінювання можуть бути: недотримання викладачем системи оцінювання, вказаної у робочій програмі навчальної дисципліни, необ'єктивне оцінювання та/або наявність конфлікту інтересів, якщо про його існування здобувачу вищої освіти не було і не могло бути відомо до проведення оцінювання. Результат оцінювання може бути оскаржений не пізніше наступного робочого дня після його оголошення. Для оскарження</p>

результату оцінювання здобувач вищої освіти звертається з письмовою заявою до декана факультету.

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна

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>

Допоміжні

1. Ідріс Муті. Брендінг за 60 хвилин. Переклад Олексій Чупа. 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. 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>
6. 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>.
7. 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>.
8. 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>.
9. 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>

Реквізити затвердження

Затверджено на засіданні кафедри маркетингу № 1 від 03 вересня 2024 року.

Додаток до силабусу
**СХЕМА НАРАХУВАННЯ БАЛІВ, ШКАЛА ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ
РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ**

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни

Назва теми	Форми оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти					
	Розв'язання тестів	Практичні вправи	Самостійна робота			Разом
			Письмове завдання	Презентація	Реферат	
Тема 1. Сутність маркетингу територій та брендингу.	2	5			10	17
Тема 2. Комплекс інструментів територіального маркетингу.	2	5	4			11
Тема 3. Сегментація ринку в територіальному маркетингу.	2	5	4			11
Тема 4. Аналіз конкуренції в територіальному маркетингу.	2	5	4			11
Тема 5. Організація та управління територіальним маркетингом.	2	5		10		17
Тема 6. Територіальний маркетинг та брендинг країни.	2	5	4			11
Тема 7 Територіальний маркетинг та брендинг регіону.	2	5	4			11
Тема 8. Маркетинг та брендинг міста.	2	5	4			11
Разом	16	40	24	10	10	100

* додаткову кількість балів здобувач вищої освіти може отримати опублікувавши тези доповідей у межах тем дисципліни. Максимальна кількість балів за опубліковані тези – 10 балів – додаються в кінці семестру.

Форма семестрового контролю знань здобувачів вищої освіти згідно з робочим і навчальним планом – залік.

Форми, шкала та критерії оцінювання результатів навчання при проведенні поточного контролю успішності здобувачів вищої освіти:

Шкала та критерії оцінювання розв'язування тестів

Кількість балів	Критерії оцінювання
0-2	По кожній темі 10 тестових завдань. Бали: від 0-2 (по 0,2 балів за кожен правильну відповідь)

Шкала та критерії оцінювання виконання вправ на практичних заняттях

Кількість балів	Критерії оцінювання
4-5	відповіді правильні, обґрунтовані, осмислені та характеризують наявність спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень, критичне осмислення проблем у навчанні. Відповідь характеризує уміння виявляти та розв'язувати проблему, інтегрувати знання; провадити інноваційну та наукову діяльність та повністю відображає визначений результат навчання за темою
2-3	відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена, характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності та неповноту засвоєння результату навчання

Кількість балів	Критерії оцінювання
1	відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про об'єкт вивчення, характеризує застосування знань при виконанні завдань за зразком, але з неточностями

**Шкала та критерії оцінювання самостійної роботи
(виконання письмового завдання завдання)**

Кількість балів	Критерії оцінювання
4	відповіді правильні, обґрунтовані, осмислені та характеризують наявність спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень, критичне осмислення проблем у навчанні. Відповідь характеризує уміння виявляти та розв'язувати проблему, інтегрувати знання; провадити інноваційну та наукову діяльність та повністю відображає визначений результат навчання за темою
2-3	відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена, характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності та неповноту засвоєння результату навчання
1	відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про об'єкт вивчення, характеризує застосування знань при виконанні завдань за зразком, але з неточностями

Шкала та критерії оцінювання самостійної роботи (підготовка реферату)

Кількість балів	Критерії оцінювання
7-10	проблема, яка розглядається в рефераті, викладена повно, послідовно, логічно; список використаних джерел 5-6 позицій, відповідає діючому стандарту оформлення бібліографії: здобувач при захисті реферату повністю демонструє засвоєний результат навчання за темою реферату.
4-6	тема реферату викладена досить повно, але є певні недоліки щодо відповідності результату навчання, логіці викладу; бібліографічний список нараховує 4-5 джерел, відповідає сучасним правилам, але містить певні помилки, здобувач при захисті реферату не повністю володіє матеріалом щодо результату навчання за темою реферату.
0-3	тема реферату нерозкрита або ж повністю не розкриває заявлений результат навчання, у бібліографічному списку менше 2 наукових джерел, і він подається не за сучасними правилами, здобувач відмовляється від захисту.

Шкала та критерії оцінювання самостійної роботи (підготовка презентації)

Кількість балів	Критерії оцінювання
7-10	зміст презентації відповідає темі та результату навчання; наявність творчого підходу складання презентації; якісно підготовлена практична розробка, дотримані всі вимоги щодо технічного й естетичного оформлення роботи і орфографічних вимог, наявності електронного (на носіїві) матеріалу презентації.
4-6	наявність незначних недоліків у відповідності теми презентації заявленому результату навчання, виконанні презентації та її оформленні.
0-3	наявність суттєвих недоліків або ж повній невідповідності теми презентації результату навчання, вимогам щодо обсягу, оформлення та викладу змісту презентації.

Шкала та критерії оцінювання написання тез доповіді / статті

Кількість балів	Критерії оцінювання
10	Тези / стаття підготовлені на актуальну тему з дисципліни та повністю демонструють засвоєні результати навчання, розроблені відповідно до вимог редакції, подані до друку та мають високий рівень оригінальності (більше 80%).
5-8	Тези / стаття підготовлені на актуальну тему з дисципліни, демонструють засвоєні результати навчання, розроблені відповідно до вимог редакції, проте потребують суттєвого доопрацювання
0-5	Тези / стаття виконані частково, не розкривають результати навчання за дисципліною, мають низький рівень оригінальності (менше 60%)