

МАРКЕТИНГ ТЕРИТОРІЙ

Кафедра маркетингу
Факультет економіки і підприємництва

Анотація:

Мета курсу (інтегральна компетентність) – формування у здобувачів вищої освіти системи теоретичних знань та набуття практичних навичок з технології маркетингу для розвитку території в інтересах фізичних та юридичних осіб.

Цілі курсу (програмні компетентності):

- розуміння сутності маркетингу територій;
- здатність використовувати маркетинговий інструментарій, відповідний специфіці зовнішнього і внутрішнього середовища територій;
- здатність оцінювати конкурентоздатність територій;
- здатність застосовувати знання щодо сегментації ринку та позиціонування територій;
- здатність формулювати стратегічні і тактичні маркетингові плани розвитку територій;
- здатність формувати теоретичні та практичні рекомендації щодо напрямів удосконалення маркетингу територій.

Програмні результати навчання:

- розуміти основні засади управління територією з позицій територіального маркетингу;
- формулювати і коригувати цілі, завдання діяльності органів державної влади, органів місцевого самоврядування, відповідні специфіці зовнішньої і внутрішнього середовища територій;
- застосовувати маркетингові інструменти для підвищення привабливості території як місця проживання та здійснення діяльності;
- вибирати найбільш оптимальні процеси і методи управління з розвитку комплексу інструментів територіального маркетингу;
- обґрунтовувати оперативні та стратегічні маркетингові плани, пов'язані з розвитком території.

Короткий зміст курсу:

Теоретична сутність маркетингу територій. Комплекс інструментів територіального маркетингу. Маркетингове середовище території. Аналіз конкуренції в територіальному маркетингу. Сегментація ринку в територіальному маркетингу. Позиціонування й диференціація території. Інформаційне забезпечення маркетингової діяльності території. Стратегічний маркетинг території. Організація та управління маркетингом території.