



Донецький державний  
університет управління

НАЗВА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

## Регіональний маркетинг

КАФЕДРА

### маркетингу

РОЗРОБНИК

## Чуприна Олена Оскарівна

д.е.н., доцент

chuprina.o@inbox.dsum.edu.ua

ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**5**

кредитів ЄКТС  
(150 годин)

**42**

годин контактна робота з викладачем (14 годин лекцій;  
28 години семінарських занять)

**108**

години - самостійна робота

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

**другий**  
магістр

МОВА ВИКЛАДАННЯ

**українська**

ФОРМА КОНТРОЛЮ

**залік**

СТАТУС ДИСЦИПЛІНИ

- вибіркова для спеціальності 075 «Маркетинг»
- вибіркова для всіх здобувачів вищої освіти

ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

опанування знань з дисципліни «Маркетинг»

МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

формування у студентів сучасних теоретичних знань, практичних умінь і навичок щодо використання регіонального управління

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### Модуль 1. Державне регулювання регіональної економіки

**Тема** Теоретичні основи регіонального управління

1.

**Тема** Основи регіональної економіки

2.

Форми і методи аналізу, обґрунтування і прогнозування регіонального розвитку

**Тема**

3.

### Модуль 2. Регіональний (територіальний) маркетинг

**Тема** Маркетинг регіону (території)

4.

**Тема** Маркетинг у регіоні (на території)

5.

Складові маркетингу у регіоні

**Тема**

6.

ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

- знання сучасних маркетингових підходів аналізу ефективності реалізації державної регіональної політики;
- знання основ управління інноваційними процесами в регіоні з використанням маркетингових технологій;
- вміння використовувати сучасні маркетингові підходи для аналізу ефективності реалізації державного управління;
- навички планування, організації та контролю виконання державних, регіональних, місцевих, галузевих, соціального розвитку відповідної території регіону, а також навички оцінки ризиків прийняття інноваційних рішень;
- відповідальне ставлення до виконуваної роботи, самостійність в прийнятті рішень і виконанні поставлених проблем.



МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ НАВЧАННЯ

- традиційні та проблемні лекції;
- семінарські заняття;
- колективного групового навчання, технологій ситуативного моделювання, технологій опрацювання

РЕГЛАМЕНТ ОЦІНЮВАННЯ

**Шкала оцінювання з навчальної дисципліни: 100 балів.**

Розподіл рейтингових балів за видами навчальної роботи:

- Виконання завдань на практичних заняттях – ~ 20 балів.
- Виконання поточних контрольних робіт – ~ 20 балів
- Складання кожного письмового модульного контролю – всього 40 балів;
- Виконання науково-дослідного завдання – ~ 20 балів

**Умови ліквідації заборгованостей з поточної роботи:**

перескладання підсумкового модульного контролю студентами, які отримали рейтинговий бал за модуль проводиться не пізніше двох тижнів після атестаційного. Позитивні оцінки з модульного циклу в цілому

**За рішенням викладача або кафедри нараховуються заохочувальні бали за наступні види**

- за систематичну продуктивну активність під час проведення аудиторних занять;
- за виконання завдань підвищеної складності (конкретне значення визначає викладач);
- за участь у конференціях, олімпіадах, іншій науковій, методичній роботі тощо.

**Підсумкове семестрове оцінювання навчальної роботи студента:**

Шкала оцінювання ЄКТС	Визначення	Чотирибальна національна шкала оцінювання
A	Відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	Відмінно
B	Вище середнього рівня з кількома помилками	Добре
C	Загалом правильна робота з певною кількістю помилок	
D	Непогано, але зі значною кількістю недоліків	Задовільно
E	Виконання задовольняє мінімальні критерії	
FX	Можливе повторне складання	Незадовільно
F	Необхідний повторний курс з навчальної дисципліни	

ІНФОРМАЦІЙНЕ ТА НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

- Основна література:**
1. Буднікевич І. Маркетинг у галузях і сферах діяльності. Навчальний посібник. К.: ЦНЛ. 536 с.
  2. Регіональне управління : підручник / за заг. ред. Ю. В. Ковбасюка, В. М. Вакуленка, М. К. С.
  3. Шевченко В.М., Мостова А.Д Територіальний маркетинг: збірник завдань для практичних з імені Альфреда Нобеля, 2017. 96 с.



Донецький державний  
університет управління

**Англомовні  
видання:**

1. Dinnie Keith. City Branding: Theory and Cases, 1st Edition. Palgrave Macmillan, 2011. 256 p.
2. Dinnie Keith. Nation branding: Concepts, Issues, Practice. Taylor & Francis, 2007. 288 p.
3. Keegan Warren Global Marketing Management, Pearson International Edition, 7th Edition. Pearson Education, 2012. 660 p.
4. Kotler, Philip T. Armstrong Gary Principles of Marketing, 17th Edition. Pearson, 2017. 737 p.

**Інтернет  
джерела:**

1. Американська асоціація маркетингу. URL: <https://www.ama.org>.
2. Міжнародна Асоціація маркетингових ініціатив. URL: <http://www.mami.org.ua/>
3. Сайт Міжнародної Маркетингової Групи Україна. URL: <http://www.marketing-ua.com/>
4. Українська Асоціація Маркетингу. URL: <http://www.uam.in.ua>.