



Силабус дисципліни «Територіальний брендінг»

Викладач:

Очікувані результати навчання

В результаті вивчення дисципліни студент повинен:

Знати:

- суть брендінгу та його значення у соціально-економічному розвитку територій;
- теоретичне обґрунтування концепцій брендінгу територій різних рівнів; - характеристики брендінгу територій різних рівнів;
- суть та структуру комплексу брендінгу територій різних рівнів;
- теоретичні аспекти брендінгу мегарегіонів;
- суть, інструменти, технології, напрямки брендінгу країни та державного брендінгу;
- суть, інструменти, технології, напрямки брендінгу регіонів;
- особливості та механізм реалізації різних видів брендінгу туристичних територій;
- теоретичні основи формування системи брендінгу міста;
- особливості, процедури та методи маркетингових досліджень в територіальному брендінгу;
- теоретичні основи спеціальних методів досліджень у брендінгу міста;
- поняття та методику сегментування, позиціонування та диференціації в брендінгу територій;
- маркетингові технології формування стратегій розвитку міста;
- моделі розвитку міста та маркетингові концепції їх реалізації; - методи вибору маркетингових стратегій розвитку міста.

Вміти:

- узагальнювати зарубіжний досвід у сфері територіального брендінгу та визначати можливості його застосування в Україні;
- проводити дослідження міських проблем, використовуючи технологію муніципального брендінгу та підбирати маркетингові інструменти їх розв'язання;
- здійснювати бенчмаркінг та позиціонування конкурентоспроможності (з погляду брендінгу) сусідніх територій (країн, регіонів, населених пунктів);
- розробляти програми формування системи брендінгу міста;
- розробляти комплекс муніципального брендінгу та міську маркетингову політику;
- втілювати в життя заходи з реалізації програми формування системи брендінгу міста;
- розробляти програми активного брендінгу регіонів та програми контрреклами;

- розробляти окремі аспекти регіонального бренду;
- застосовувати методiku формування позитивного іміджу регіону;
- розробляти програми формування та удосконалення репутації територій;
- сегментувати цільові аудиторії;
- обирати інформаційні канали впливу на цільову аудиторію;
- розробляти моделі співробітництва влади, бізнесу та громади у сфері територіального брендінгу;
- застосовувати технології подієвого брендінгу для соціально-економічного розвитку територій.

Обсяг: 3 кредити ECTS (90 год.), з яких 40 годин самостійної роботи.

Мета: Метою курсу є формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок використання брендінгових стратегій та маркетингового підходу в системі управління соціально-економічним розвитком територій.

Оригінальність навчальної дисципліни: авторський курс

Зміст дисципліни

- Тема 1. Суть і значення брендінгу у соціально-економічному розвитку територій.
- Тема 2. Характеристика та комплекс брендінгу територій.
- Тема 3. Маркетинг мегарегіонів.
- Тема 4. Маркетинг країни та державний маркетинг.
- Тема 5. Маркетинг регіонів.
- Тема 6. Маркетинг туристичних територій.
- Тема 7. Концепції та характеристики брендінгу міста.
- Тема 8. Інструменти та технології брендінгу міста.
- Тема 9. Маркетингові дослідження в муніципальному брендінгу.
- Тема 10. Спеціальні методи досліджень у брендінгу міста.
- Тема 11. Маркетингові технології формування стратегій розвитку міста.
- Тема 12. Розробка програми формування системи брендінгу міста.

Семестровий контроль:Іспит

Оцінювання:

За семестр: 60 балів За іспит:

40 балів

Види робіт:

Семінарські заняття – 24 балів (12*2б.)

Тестування – 20 балів.

Творчо-пошукова робота – 16 балів

Технічне забезпечення:

Мультимедійне забезпечення викладання лекцій. Платформа Moodle3 ЧНУ;

On-line платформи: ZOOM; Google Meet Пакет прикладних програм базових інформаційних технологій: MS Office; телекомунікаційне програмне забезпечення (Internet Explorer Opera Google Chrome. Firefox).

Політика щодо дедлайнів

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку.

Політика щодо академічної доброчесності

Передбачає самостійну підготовку до групових занять та їх виконання індивідуальних творчих завдань. Списування під час залі із використанням мобільних пристроїв) заборонено. У разі виявлення або списування роботи не зараховуються.

Критерії оцінювання результатів вивчення дисципліни

Під час вивчення дисципліни студенти отримають бали за такі види робіт:

1. Усні відповіді на групових заняттях.
2. Творчо-пошукова робота.
3. Самостійна робота (доповідь).