Маркетинг територій

Метою курсу є формування компетентностей щодо маркетингового управління розвитком територіально-адміністративних одиниць та запровадження маркетингу, як інструменту підвищення інвестиційної привабливості територій, міст, громад тощо.



Аракелова Інна Олександрівна
к.е.н., доцент
доцент кафедри маркетингу та туризму МДУ

Змістовні модулі:

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи маркетингу територій.

Змістовий модуль 2. Організація та управління маркетингом територій.

Результати навчання:

- застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу територій;
- вміти узагальнювати зарубіжний досвід у сфері територіального маркетингу та визначати можливості його застосування в Україні;
- вміти досліджувати потенціал територій на основі маркетингового підходу;
- використовувати сучасні інструменти щодо створення територіального бренду.;
- застосувати набуті маркетингові навички в умовах військового стану та післявоєнної розбудови країни;
- надавати рекомендації щодо забезпечення позитивного іміджу території шляхом використання новітніх технологій, Інтернету та засобів комунікації
- демонструвати навички використання методів розробки маркетингових рішень, спрямованих на ефективне управління розвитком територіальної адміністративної одиниці із застосуванням сучасних маркетингових підходів, методів і прийомів.

Семестр: 3 Форма контролю: залік

Кількість годин\кредитів: 180\6

Кафедра маркетингу та туризму