



ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСНА РАДА
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА
ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА
ФАКУЛЬТЕТ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ
Кафедра менеджменту, економіки, статистики та цифрових технологій

ЗАТВЕРДЖЕНО
Рішення кафедри менеджменту, економіки,
статистики та цифрових технологій
«27» серпня 2024 року,
протокол № 1.

Завідувачка кафедри,
кандидатка економічних наук, доцентка

_____ Наталія ЗАХАРКЕВИЧ
«27» серпня 2024 року

СИЛАБУС
навчальної дисципліни
«МУНІЦИПАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ»
для підготовки на першому (освітньому) рівні
здобувачів вищої освіти ступеня бакалавра
зі спеціальності 281 Публічне управління та адміністрування
галузі знань 28 Публічне управління та адміністрування
за заочною формою навчання

РОЗРОБНИК:

Доцент кафедри менеджменту, економіки,
статистики та цифрових технологій,
кандидат економічних наук, доцент

_____ Андрій КОРЮГІН
«23» серпня 2024 року

ПОГОДЖЕНО:

Деканеса факультету публічного управління,
кандидатка наук з державного управління,
доцентка

_____ Тетяна ПІДЛІСНА
«27» серпня 2024 року

**Освітньо-професійна програма «Бакалавр публічного управління та адміністрування»
 Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування
 Галузь знань 28 Публічне управління та адміністрування
 (<https://univer.km.ua/pro-universytet/fakultety/fakultet-publichnoho-upravlinnya>)**

Назва навчальної дисципліни	МУНІЦИПАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ
Викладач	Лекції, семінарські заняття, консультації: Корюгін Андрій Валерійович (http://www.univer.km.ua/kafedra.php?kafid=16&w=sklad), доцент кафедри менеджменту, економіки, статистики та цифрових технологій, кандидат економічних наук, доцент.
Контактна інформація та науковий профіль викладача	Andrei Korugin@ukr.net ; a.korugin@univer.km.ua Профіль у наукових базах даних: ORCID: https://orcid.org/0000-0003-3408-1905 Google Scholar: https://scholar.google.com/citations?user=d_SNOsoAAAAJ
Інформаційні ресурси	Код для приєднання в Google клас «Муніципальний маркетинг»: le2drui Електронна бібліотека: http://elibrary.univer.km.ua/index.php
Консультації	Офлайн консультації: навчальний корпус № 2, пров. Володимирський, 12, кафедра менеджменту, економіки, статистики та цифрових технологій Корюгін Андрій Валерійович: понеділок з 14.00 до 15.20; Онлайн консультації: за попередньою домовленістю електронною поштою та Google meet у робочі дні з 9.00 до 17.00 Консультації до заліку: напередодні заліку згідно із затвердженим розкладом.

Опис навчальної дисципліни

Програмні компетентності, які здобуваються під час вивчення навчальної дисципліни	Загальні компетентності:
	Загальні компетентності: ЗК 1. Здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями. ЗК 4. Здатність бути критичним та самокритичним. ЗК 5. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК 6. Здатність працювати в команді. ЗК 8. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми. ЗК 9. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
Програмні результати навчання	Спеціальні компетентності:
	СК 2. Здатність забезпечувати належний рівень вироблення та використання управлінських продуктів, послуг чи процесів. СК 7. Здатність розробляти тактичні та оперативні плани управлінської діяльності. СК 8. Здатність готувати проекти управлінських рішень та їх впроваджувати. СК 10. Здатність до дослідницької та пошукової діяльності в сфері публічного управління та адміністрування. СК 11. Здатність у складі робочої групи проводити прикладні дослідження в сфері публічного управління та адміністрування.
	ПР 8. Розуміти та використовувати технології вироблення, прийняття та реалізації управлінських рішень. ПР 11. Уміти здійснювати пошук та узагальнення інформації, робити висновки і формулювати рекомендації в межах своєї компетенції. ПР 12. Уміти налагодити комунікацію між громадянами та органами державної влади і місцевого самоврядування.

	ПР 16. Використовувати дані статистичної звітності, обліку та спеціальних досліджень у професійній діяльності.			
Місце дисципліни в логічній схемі	Вибіркова навчальна дисципліна; курс навчання – 4-й, семестр – 7-й. Дисципліна вивчається після таких навчальних дисциплін: «Теорія організації», «Менеджмент в органах публічного управління», «Комунікативний менеджмент». Знання цієї навчальної дисципліни слугуватимуть базою для подальшого вивчення навчальних дисциплін: «Управління якістю».			
Обсяг навчальної дисципліни	4,0 кредитів ЄКТС / 120 годин, у тому числі самостійної роботи – 106 годин, лекційних – 6 годин, семінарських – 8 годин.			
Форма навчання	Заочна.			
Мова викладання	Українська.			
Формат вивчення навчальної дисципліни	Офлайн/онлайн: семінарські заняття, консультації, залік. Онлайн/офлайн: лекції, консультації. Для осіб з особливими освітніми потребами, у разі необхідності, розробляється індивідуальний формат вивчення навчальної дисципліни.			
Необхідне обладнання	Мультимедійний проектор, комп'ютер			
Зміст навчальної дисципліни	Години (лек. / сем. / СРС)	Тема	Завдання	Максимальна кількість балів
	2/2/9	Теоретико-методологічні засади муніципального маркетингу	Тести, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 1,67 Семінарське заняття – 5 СРС – 3,0
	0/0/13	Становлення та розвиток концепцій муніципального маркетингу	Тести, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 0 СРС – 5,0
	0/0/14	Маркетингові дослідження в муніципальному маркетингу	Тести, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 0 СРС – 5,0
	0/0/14	Технології муніципального маркетингу	Тести, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 0 СРС – 5,0
	0/0/13	Діагностика середовища муніципального маркетингу	Тести, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 0 СРС – 5,0
	2/2/9	Продуктова складова комплексу муніципального маркетингу	Тести, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 1,66 Семінарське заняття – 5 СРС – 4,0
	0/2/11	Цінові стратегії у муніципальному маркетингу	Тести, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 0 Семінарське заняття – 0 СРС – 4,0
	2/2/10	Комунікаційні та	Тести, задачі, презентації,	Лекція – 1,67 Семінарське

	розподільчі елементи комплексу муніципального маркетингу	дискусійні питання, індивідуальні завдання.	заняття – 5 СРС – 4,0
0/0/13	Маркетингові технології формування стратегій розвитку міста	Тести, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 0 СРС – 5,0
Рекомендовані джерела для вивчення навчальної дисципліни	<p>1. Буднікевич І. Муніципальний маркетинг: теорія, методологія, практика Чернівці: Чернівецький національний університет, 2012. 645 с.</p> <p>2. Буряк Р.І., Збарський В.К., Талавира М.П., Бондаренко В.М. Маркетинг: підручник. Київ: ЦП «КОМПРИНТ». 2023. 538 с.</p> <p>3. Іваненко Л.М., Боєнко О.Ю. Маркетинг: навчальний посібник. Вид. 3-є, доп. і перероб. Вінниця: Донецький національний університет імені Василя Стуса, 2022. 362 с.</p> <p>4. Маркетинг [Електронний ресурс]: навчальний посібник / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин та ін.; за ред. Н.Р. Іванечко. Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 180 с.</p> <p>5. Маркетинг: навчальний посібник / Старостіна А.О., Кравченко В.А., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. / За заг. ред. проф. Старостіної А.О. Київ: НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с.</p> <p>6. Маркетинг: Світовий досвід та український вимір: підручник / За заг. ред. А.О. Старостіної. Київ: Видавництво Ліра-К, 2024. 484 с.</p> <p>7. Павлов К.В., Лялюк А.М., Павлова О.М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк: СПД Гадак Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с.</p> <p>8. Ромат Є.В., Гаврилечко Ю.В. Маркетинг у публічному управлінні: монографія. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 288 с.</p> <p>9. Сенишин О.С., Кривешко О.В. Маркетинг: навчальний посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.</p> <p>10. Софієнко А.В., Шукліна В.В., Набока Р.М. Теоретичний маркетинг: навчальний посібник. 2-е вид., переробл. і допов. Херсон: Книжкове видавництво ФОП Вишемирський, 2021. 494 с.</p>		
Методи навчання та форми поточного контролю	<p><i>Методи навчання та форми поточного контролю, порядок накопичення балів визначені у робочій програмі та навчально-методичних матеріалах навчальної дисципліни «Муніципальний маркетинг» (розміщені у бібліотеці університету (http://elibrary.univer.km.ua/index.php))</i></p> <p>Під час лекційних занять застосовуються:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) традиційний усний виклад змісту теми; 2) створення проблемних ситуацій; 3) слайдова презентація; 4) експрес-опитування, діалог, дискусія; 5) методи активного слухання та методи зворотного зв'язку. <p>На семінарських та практичних заняттях застосовуються:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) дискусійне обговорення проблемних питань; 2) вирішення ситуаційних завдань та кейсів із застосуванням сучасних інформаційних технологій; 3) методи активного слухання, диференціації та методи рефлексії. <p>Поточний контроль знань студентів може проводитися у формах:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) усне або електронне (у тому числі тестове) бліц-опитування студентів щодо засвоєння матеріалу; 2) усне або електронне (у тому числі тестове) опитування на семінарських заняттях; 		

	<p>3) виконання практичних завдань із застосуванням сучасних інформаційних технологій;</p> <p>4) вирішення розрахункових завдань;</p> <p>5) захист підготовленої презентації.</p>
Політика щодо дедлайнів та перескладання	<p>Перескладання лекцій та семінарських занять відбувається у порядку, визначеному Положенням про організацію освітнього процесу у ХУУП, затвердженим рішенням вченої ради від 05.07.2016 р., протокол № 16, введеним в дію наказом від 08.06.2016 р. № 359/16 (в редакції рішення вченої ради ХУУП імені Леоніда Юзькова від 28 серпня 2020 року, протокол № 1, з 01 вересня 2020 року, наказ ХУУП імені Леоніда Юзькова від 28 серпня 2020 року № 312/20) (http://www.univer.km.ua/studentu/ofis-studenta/ofis-studenta).</p> <p>Перескладання лекцій: виконання завдання за темою пропущеної лекції.</p> <p>Перескладання семінарських занять: виконання тестових завдань, розміщених за кожною темою у Google класі «Муніципальний маркетинг» (код приєднання: le2drui).</p>
Підсумковий контроль	<p>Питання для підсумкового контролю наведені у навчально-методичних матеріалах дисципліни «Муніципальний маркетинг» (у Google класі «Муніципальний маркетинг» (код приєднання: le2drui) та в електронній бібліотеці університету (http://elibrary.univer.km.ua/index.php).</p>
Критерії оцінювання	<p>1. Положення про організацію освітнього процесу у ХУУП, затверджене рішенням вченої ради від 29.05.2017 р., протокол № 14, введене в дію наказом від 06.06.2017 р. № 279/17, зі змінами від 2020 року (http://www.univer.km.ua/studentu/ofis-studenta/ofis-studenta).</p> <p>2. Положення про систему рейтингового оцінювання результатів освітньої діяльності здобувачів вищої освіти у Хмельницькому університеті управління та права, введене в дію наказом від 19.02.2019 р. № 74/19 (http://www.univer.km.ua/studentu/ofis-studenta/ofis-studenta).</p>
Порядок отримання додаткових балів	<p>Студент може отримати додаткові бали за участь у: конкурсі, науково-практичній конференції, тренінгу, турнірі, брейн-рингу тощо, за публікацію наукової статті за тематикою, пов'язаною з навчальною дисципліною, за участь у роботі студентського наукового гуртка «Управління підприємницькою діяльністю в регіоні».</p>
Політика академічної доброчесності	<p>Розділ «Академічна доброчесність» на сайті Університету (https://univer.km.ua/pro-universytet/etyka-akademichna-dobrochesnist-ta-antykoruptsiyna-polityka/akademichna-dobrochesnist).</p>
Політика врегулювання конфліктів	<p>Етичний кодекс Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова, затверджений рішенням вченої ради університету 27 травня 2020 року, протокол № 9, введений в дію наказом від 27.05.2020 р. № 201/20 (https://www.univer.km.ua/sites/default/files/Вакант%20пос/Акад%20доброч/Етичний_kodeks.pdf).</p>
Зворотній зв'язок	<p>1) Під час аудиторних занять, консультацій.</p> <p>2) За допомогою анкетування після завершення вивчення навчальної дисципліни, регулярних анкетувань студентів, що проводяться в університеті.</p>