

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

для проведення практичних (семінарських) занять з навчальної дисципліни

«Регіональний менеджмент і маркетинг»

для студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності

281 «Публічне управління та адміністрування»

денної та заочної форм навчання

Затверджено редакційно-
видавничою радою університету,
протокол № від 2024 р.

Харків
НТУ «ХПІ»
2024

Методичні вказівки для проведення практичних (семінарських) занять з навчальної дисципліни «Регіональний менеджмент і маркетинг» для студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування» денної та заочної форм навчання / уклад. В. В. Круглов, В. М. Мороз, Д. А. Терещенко – Харків : НТУ «ХП», 2024. – 19 с.

Укладачі: В. В. Круглов
В. М. Мороз
Д. А. Терещенко

Рецензент: Л. М. Грень

Кафедра соціології і публічного управління

ВСТУП

Регіональний менеджмент та маркетинг відіграють ключову роль у стимулюванні економічного зростання, розвитку та підвищенні конкурентоспроможності на регіональному рівні. У сучасному глобалізованому та взаємопов'язаному світі регіони виступають як динамічні економічні суб'єкти з унікальними характеристиками, ресурсами та потенціалом. Розуміння принципів, стратегій і практик регіонального менеджменту та маркетингу є важливим для політиків, бізнесу та зацікавлених сторін, які прагнуть використовувати регіональні переваги та ефективно вирішувати проблеми.

Важливість регіонального менеджменту та маркетингу зумовлена їхньою здатністю сприяти сталому розвитку, просувати інновації та створювати цінності в межах певних географічних територій. Регіони охоплюють різноманітні галузі, сектори та громади, кожна з яких робить свій внесок у загальну економічну та соціальну структуру. Ефективне регіональне управління та маркетингові стратегії дозволяють зацікавленим сторонам використовувати місцеві ресурси, капіталізувати порівняльні переваги та максимізувати можливості для зростання і процвітання.

Основна мета викладання дисципліни «Регіональний менеджмент та маркетинг» – надати всебічне розуміння принципів, теорій та практик, що лежать в основі регіонального розвитку та промоції. За допомогою серії інтерактивних сесій, тематичних досліджень та практичних прикладів учасники вивчатимуть ключові концепції, інструменти та стратегії ефективного регіонального менеджменту та маркетингу.

Завданнями навчальної дисципліни є формування знань, навичок та умінь, необхідних для того, щоб:

Розуміти динаміку регіонального розвитку та роль регіонального менеджменту і маркетингу у формуванні економічного зростання та конкурентоспроможності.

Аналізувати регіональні сильні та слабкі сторони, можливості та загрози для прийняття стратегічних рішень та розробки політики.

Виявляти інноваційні підходи та кращих практик у сфері регіонального менеджменту та маркетингу для вирішення сучасних викликів та використання нових можливостей.

Розробляти практичні плани та рекомендації для підвищення ефективності, результативності та сталості ініціатив регіонального розвитку.

Компетентності:

ЗК03. Здатність розробляти та управляти проектами.

ЗК09. Здатність виявляти, ставити і вирішувати проблеми; адаптуватися та діяти в нових ситуаціях і впоратися з тиском.

СК02. Здатність організовувати діяльність органів публічного управління та інших організацій публічної сфери.

СК04. Здатність визначати показники сталого розвитку на вищому, центральному, регіональному, місцевому та організаційному рівнях.

СК08. Здатність розробляти стратегічні документи розвитку соціально-економічних систем на вищому, центральному, регіональному, місцевому та організаційному рівнях.

Результати навчання:

РН01. Знати теоретичні та прикладні засади вироблення й аналізу публічної політики, основ та технологій прийняття управлінських рішень.

РН04. Використовувати сучасні статистичні методи, моделі, цифрові технології, спеціалізоване програмне забезпечення для розв'язання складних задач публічного управління та адміністрування.

РН07. Уміти розробляти національні/регіональні програмні документи щодо розвитку публічного управління, використовуючи системний аналіз і комплексний підхід, а також методи командної роботи.

Тема 1. Предмет, завдання та зміст регіонального менеджменту і маркетингу

Тема 1. Предмет, завдання та зміст регіонального менеджменту і маркетингу

1. Предмет і завдання дисципліни.
2. Зміст та основні поняття, пов'язані з територіальним менеджментом і маркетингом (РММ).
3. Етапи формування РММ як науки та сфери практичної діяльності.
4. Регіональна економічна та соціальна політика.
5. Характеристика та зміст основних структурних складових.
6. Обґрунтування необхідності адміністративно-регіонального поділу України.
7. Види регіональної економічної та соціальної політики, їх взаємозв'язок.
8. Структура економічної політики регіону.
9. Характеристика та зміст основних структурних складових.

Практичні завдання:

1. Визначте предмет та основні завдання регіонального менеджменту і маркетингу.
2. Поясніть зміст поняття "регіон" та наведіть приклади різних типів регіонів.
3. Порівняйте регіональний менеджмент і маркетинг з національним та міжнародним рівнями.

Ситуаційне завдання: Ви - новопризначений керівник регіонального відділу економічного розвитку. Підготуйте план дій для ознайомлення з регіоном, його ресурсами та проблемами, а також залучення стейкхолдерів до процесу планування регіонального розвитку.

Питання для дискусії:

1. Чому важливо розглядати регіон як окремий об'єкт управління та маркетингу?
2. Які виклики постають перед регіональними менеджерами та маркетингологами в умовах глобалізації?
3. Як співвідносяться цілі регіонального менеджменту і маркетингу з національними та міжнародними стратегіями розвитку?

Тема 2. Територія як об'єкт управління. Територіальний менеджмент і маркетинг у контексті глобалізації

1. Регіон, як головний об'єкт РММ.
2. Мета та головні аспекти регіональної політики держави.
3. Регіональна структура і регіональна політика.
4. Поняття регіону і регіонального господарства.
5. Територіальна організація влади в Україні та територіальне управління.
6. Територіальні основи публічної влади в Україні.
7. Система адміністративно-регіонального устрою України.
8. Актуальні проблеми організації регіонального управління в Україні.
9. Порівняння підходів до регіонального управління в деяких країнах.

Практичні завдання:

1. Проаналізуйте специфіку території як об'єкта управління з позицій географічного, економічного, демографічного та культурного факторів.
2. Розгляньте вплив процесів глобалізації на регіональний розвиток та визначте можливі виклики і перспективи.
3. Дослідіть приклади успішної регіональної політики та маркетингової стратегії з метою залучення інвестицій та розвитку територій в умовах глобалізації.

Ситуаційне завдання: Ваш регіон має потужну промислову базу, але застарілі технології негативно впливають на екологію та іміджі регіону.

Розробіть план заходів з модернізації підприємств, залучення "зелених" інвестицій та просування регіону як сприятливого для "зеленого" бізнесу.

Питання для дискусії:

1. Які фактори визначають конкурентоспроможність регіонів у глобальному середовищі?
2. Яким чином територіальний маркетинг може сприяти залученню інвестицій та розвитку регіону?
3. Як процеси глобалізації впливають на специфіку регіонального менеджменту та маркетингу?

Тема 3. Методи, функції та інструменти регіонального менеджменту і маркетингу

1. Поняття та характеристика системи РММ.
2. Характеристика основних складових системи РММ.
3. Основні функції РММ.
4. Ресурсне забезпечення регіонального управління.
5. Аналіз стану економіки регіону.
6. Прогнозування та планування регіонального розвитку.
7. Визначення місця регіонального економічного аналізу серед основних функцій РММ.

Практичні завдання:

1. Класифікуйте основні методи регіонального менеджменту (організаційні, економічні, соціально-психологічні тощо) та наведіть приклади їх застосування.
2. Визначте основні функції регіонального маркетингу та проаналізуйте відповідні інструменти для їх реалізації.
3. Розробіть схему взаємозв'язку між функціями регіонального менеджменту та маркетингу.

Ситуаційне завдання:

У вашому регіоні спостерігається відтік молодих фахівців через брак перспектив працевлаштування. Використовуючи відповідні методи та інструменти регіонального менеджменту та маркетингу, підготуйте стратегію для покращення ситуації.

Питання для дискусії:

1. Які критерії слід використовувати для вибору оптимальних методів регіонального менеджменту та маркетингу?
2. Як методи та інструменти територіального маркетингу сприяють зростанню інвестиційної привабливості регіону?
3. В чому полягають основні виклики у застосуванні сучасних методів територіального менеджменту та маркетингу в Україні?

Тема 4. Організація, контроль та регулювання реалізації основних функцій регіонального менеджменту і маркетингу

1. Поняття організаційної структури системи регіонального управління, її оптимальність та якість.
2. Характеристика етапів побудови організаційної структури системи регіонального управління.
3. Визначення доцільності вдосконалення організаційної структури.
4. Поняття та зміст регіонального контролю.
5. Обґрунтування необхідності регіонального контролю та регулювання регіонального розвитку.
6. Формування системи регіонального контролю.
7. Визначення основних складових системи: цілей та завдань, процесу, функцій, методів, принципів та функцій, а також ресурсного забезпечення контролю регіонального розвитку.

Практичні завдання:

1. Визначте основні організаційні структури та принципи управління реалізацією функцій регіонального менеджменту і маркетингу.
2. Розробіть систему контролю за реалізацією стратегічних та операційних цілей регіонального розвитку.
3. Проаналізуйте нормативно-правове регулювання реалізації функцій регіонального менеджменту та маркетингу в Україні та визначте можливі напрями його вдосконалення.

Ситуаційне завдання:

Ви - керівник регіонального маркетингового відділу. Підготуйте план дій для залучення представників місцевих громад, бізнесу та експертів до процесу розробки та реалізації регіональної маркетингової стратегії.

Питання для дискусії:

1. Як можна забезпечити ефективну координацію та розподіл повноважень між різними організаційними структурами в системі регіонального менеджменту та маркетингу?
2. Чому важливо залучати стейкхолдерів (громади, бізнес, експертів тощо) до процесу реалізації функцій територіального менеджменту?
3. Якою мірою українське законодавче поле відповідає вимогам до ефективного регіонального менеджменту та маркетингу?

**Тема 5. Маркетингові технології як основний інструмент
регіонального менеджменту**

1. Поняття регіонального маркетингу.
2. Умови виникнення регіонального маркетингу.
3. Цілі і завдання регіонального маркетингу.
4. Просування регіонального продукту.
5. Позиціонування й диференціація території.

6. Аналіз конкуренції в територіальному маркетингу.
7. Диференціація території: теоретичний та практичний аспекти.
8. Класифікація конкурентних переваг території.
9. Аналіз конкуренції в територіальному маркетингу.

Практичні завдання:

1. Класифікуйте основні маркетингові технології, що застосовуються в регіональному менеджменті (дослідження ринку, сегментація, бренд-менеджмент тощо).
2. Розробіть маркетинговий комплекс для популяризації туристичних можливостей вашого регіону.
3. Підготуйте рекомендації щодо використання цифрових маркетингових технологій у територіальному маркетингу.

Ситуаційне завдання:

Ваш регіон має значні можливості для розвитку сільськогосподарського виробництва, особливо у галузі органічного землеробства та тваринництва. Однак, існують проблеми з недостатньою поінформованістю споживачів про переваги органічної продукції та низьким рівнем впізнаваності регіональних виробників на ринку. Використовуючи різноманітні маркетингові технології, розробіть комплексну стратегію з просування регіону як центру виробництва екологічно чистої продукції та залучення інвестицій у цю сферу.

Питання для дискусії:

1. Які ключові маркетингові технології є найбільш ефективними для підвищення впізнаваності та іміджу регіону як території з певними видами діяльності (наприклад, виробництво органічної продукції)?
2. Чому важливо використовувати цифрові маркетингові інструменти у регіональному менеджменті та маркетингу? Які переваги та виклики їх застосування?

3. Як можна залучати місцеві громади та представників бізнесу для розробки та реалізації маркетингових заходів на рівні регіону?

4. Яким чином маркетингові технології територіального брендингу та позиціонування можуть вплинути на інвестиційну привабливість регіону?

5. Чи потрібно створювати спеціалізовані регіональні маркетингові агенції або відділи для ефективного застосування маркетингових технологій в управлінні територіями?

Тема 6. Територіальний маркетинг країни, регіону, міста

1. Внутрішній і зовнішній імідж країни.
2. Побутовий, соціально-економічний, діловий і фінансовий імідж країни.
3. Вибір бренду в процесі формування іміджу країни.
4. Управління функціонуванням і розвитком регіону.
5. Складові регіонального маркетингу.
6. Імідж регіону і його складові.
7. Специфіка міського маркетингу.
8. Імідж міста й інструменти муніципального маркетингу.

Практичні завдання:

1. Порівняйте особливості територіального маркетингу на рівні країни, регіону та міста. Визначте спільні та відмінні риси.
2. Проаналізуйте успішні приклади територіального брендингу та маркетингових кампаній для залучення інвестицій, туристів, мешканців на національному, регіональному та міському рівнях.
3. Розробіть пропозиції щодо формування унікальної територіальної ідентичності для вашого регіону/міста.

Ситуаційне завдання: Ви працюєте у відділі міжнародного співробітництва вашого регіону. Підготуйте маркетинговий план з просування

регіону як сприятливої локації для розміщення іноземних виробництв та інвестицій.

Питання для дискусії:

1. Які ключові фактори визначають успіх територіального маркетингу на різних рівнях?
2. Яку роль відіграють зацікавлені сторони у розробці та реалізації стратегії територіального маркетингу?
3. Які виклики та загрози можуть виникнути під час територіального брендингу та маркетингу?

Тема 7. Управління ресурсами територій країни в умовах змін

1. Управління ресурсами територій країни в умовах змін (трудовими, фінансовими, інвестиційними, інноваційними та ін.).
2. Поняття «місцеве господарство».
3. Об'єкти та суб'єкти права комунальної власності.
4. Система інструментів, алгоритмів і методів форсайту для цілей стратегічного РММ.
5. Стратегічний РММ у ході проведення змін.
6. Реформування системи державного управління відповідно до стандартів публічного адміністрування, прийнятих в Європейському Союзі та країнах розвиненої демократії.

Практичні завдання:

1. Класифікуйте та проаналізуйте основні ресурси територій (природні, людські, інфраструктурні тощо).
2. Визначте виклики та можливості для ефективного управління ресурсами територій в умовах економічних, соціальних та екологічних змін.
3. Розробіть рекомендації щодо створення сприятливого середовища для залучення та розвитку людського капіталу в регіоні.

Ситуаційне завдання: У вашому регіоні є багаті природні ресурси, але їх видобуток та переробка значно впливають на довкілля. Підготуйте план дій для пошуку балансу між економічним розвитком та збереженням екосистем.

Питання для дискусії:

1. Як забезпечити збалансоване використання та відновлення природних ресурсів територій?
2. Яким чином залучення інвестицій та інновацій може сприяти більш ефективному управлінню ресурсами регіонів?
3. Чи здатна сучасна нормативно-правова база забезпечити ефективне управління ресурсами територій в умовах змін?

Тема 8. Територіальний менеджмент і маркетинг як засіб забезпечення сталого регіонального розвитку

1. Функції та методи антикризового РММ.
2. Комунікативне забезпечення антикризового РММ.
3. Принципи сталого розвитку регіонів в Україні.
4. Основні напрями сталого розвитку територіальної громади. Концепції сталого регіонального розвитку.
5. Порівняльна характеристика категорій «регіональний розвиток» і «регіональне зростання».
6. Формування та обґрунтування системи показників, що характеризують економічний розвиток регіону, їх кількісні та якісні характеристики.
7. Методика визначення й оцінки рівня економічного розвитку регіону на основі інтегрального показника.
8. Розробка та обґрунтування критеріїв оцінки.

Практичні завдання:

1. Визначте основні принципи та критерії сталого регіонального розвитку.

2. Проаналізуйте, як різні методи та інструменти регіонального менеджменту та маркетингу можуть сприяти досягненню цілей сталого розвитку.
3. Розробіть елементи стратегії сталого розвитку для вашого регіону на основі територіального маркетингу.

Ситуаційне завдання: Ваш регіон має проблеми із забрудненням навколишнього середовища та нераціональним використанням ресурсів. Запропонуйте комплекс заходів територіального менеджменту і маркетингу для подолання цих викликів та просування регіону як "зеленої" території.

Питання для дискусії:

1. Які переваги забезпечує застосування принципів сталого розвитку в регіональному менеджменті та маркетингу?
2. Як принципи соціальної відповідальності та екологічності впливають на формування іміджу та бренду територій?
3. Яку роль відіграє залучення громадськості у процес прийняття рішень для забезпечення сталого регіонального розвитку?

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Конституція України: прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28.06.1996 р. (із змінами). URL: www.zakon4.rada.gov.ua.
2. Про місцеве самоврядування в Україні: Закон України від 21 травня 1997 р. № 280/97-ВР. URL: www.zakon4.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80.
3. Про місцеві державні адміністрації: Закон України від 9 кв. 1999 р. № 586-XIV // Офіційний вісник України. 1999. № 18. Ст. 774
4. Про центральні органи виконавчої влади: Закон України від 17 березня 2011р. № 3166-VI (із змін. і доповн.). URL: www.zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3166-17.
5. Бачинська К.В., Марущак В. П., Марущак О. І. Державне управління, планування, фінанси : монографія / К. В. Бачинська., Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2018. 228 с .
6. Вдовенко С.М., Вдовенко Ю.С., Рогова О.В. Адміністративно-територіальний менеджмент: навч. посіб. Ніжин:ТПК «Орхідея», 2016. 212 с.
7. Гладкий О. В. Менеджмент регіонального розвитку: навчальний посібник. “Академвидав”. 2013. 248 с.
8. Віліжінський В. М., Попов М. П. Реформування системи місцевого самоврядування в Україні з урахуванням національних традицій врядування : монографія. О. : ОРІДУ НАДУ, 2016. 182 с.
9. Ганущак Ю. І. Територіальна організація влади: напрямки змін: монографія; за заг. ред. В. С. Куйбіди ; Львів. регіон. ін-т держ. упр. Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. Львів : Астролябія, 2018. 166 с.
10. Державне управління : підручник : у 2 т. / Нац. акад. держ. упр. при Президентові України ; ред. кол. : Ю. В. Ковбасюк (голова), К. О. Ващенко (заст. голови), Ю. П. Сурмін (заст. голови) [та ін.]. К. ; Дніпропетровськ : НАДУ, 2012. Т. 1. 564 с.

11. Державне управління : підручник : у 2 т. / Нац. акад. держ. упр. при Президентіві України ; ред. кол. : Ю. В. Ковбасюк (голова), К. О. Ващенко (заст. голови), Ю. П. Сурмін (заст. голови) [та ін.]. К. ; Дніпропетровськ : НАДУ, 2012. Т. 2. 662 с.
12. Державне та регіональне управління : навч. посіб. / А. Ф. Мельник, А. Ю. Васіна та ін. ; за ред. А. Ф. Мельник. Тернопіль, 2014. 452 с.
13. Летучий Д. М., Гончарук Н. Т. Інтегрування стилів управління як засіб підвищення ефективності державної служби : монографія,. Д.: ДРІДУ НАДУ, 2016. 164 с.
14. Модель делегування суспільних послуг: польський досвід для України : практ. посіб. / авт. кол. : М. Дадел, С. Серьогін, Є. Бородін [та ін.]. Д. : Грані, 2016. 136 с.
15. Основи публічного адміністрування : навч. посіб. / Ю. П. Битяк, Н. П. Матюхіна, М. С. Ковтун [та ін.] ; за заг ред. Н.П. Матюхіної. Х. : Право, 2018. 172 с.
16. Основи регіонального управління в Україні : підручник / авт.-упоряд. : В. М. Вакуленко, М. К. Орлатий, В. С. Куйбіда та ін.; за заг. ред. В.М. Вакуленка, М.К. Орлатого. К. : НАДУ, 2012. 576 с.
17. Попов С.А., Панченко Г.О. Інноваційний розвиток системи органів публічної влади: стратегічний підхід : навч. посіб. Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2018. 220 с.
18. Прогнозування та управління соціально-економічними процесами в регіоні : монографія / кол. авт. ; за заг. ред. В. С. Загорського. Л. : ЛРІДУ НАДУ, 2016. 240 с.
19. Регіональне управління : навч. посіб. / М. М. Іжа, Л. Л. Приходченко , С. Є. Саханенко та ін. ; за заг. ред. Л. Л. Приходченко. Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2020. 652 с.
20. Регіонально–адміністративний менеджмент : навч. посібник / За ред. проф. В.В. Мамонової. Х.: Вид–во ХарРІ НАДУ «Магістр», 2010. 256 с.

21. Розвиток людських ресурсів у сфері підприємництва: теорія і практика державного регулювання: монографія / Н.В. Статівка, О.В. Жадан, В.Л. Міненко, Терещенко Д.А. та ін.; за заг. ред. д.держ.упр., проф. Н.В. Статівки, д.держ.упр., проф. О.В. Жадана. Х.: Вид-во ХарРІ НАДУ «Магістр» , 2017. 200 с.

22. Ромат Є. В., Гаврилечко Ю. В. Маркетинг у публічному управлінні : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 288 с.

23. Система публічного управління в умовах децентралізації влади: механізми горизонтальної взаємодії : монографія / Л. Л. Приходченко, С. Є. Саханенко, П. І. Надолішній та ін. ; за заг. ред. Л. Л. Приходченко. Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2017. 332 с.

24. Територіальна організація влади в Україні: підручник / Ю. О. Куц, В. В. Мамонова, В. В. Наконечний, О. В. Ольшанський; за заг. ред. д.держ.упр., проф. В. В. Мамонової. 2–ге вид., випр. і доп. Х.: Вид–во ХарРІ НАДУ «Магістр», 2017. 260 с.

25. Шевченко В.М., Мостова А.Д. Територіальний маркетинг: збірник завдань для практичних занять і самостійної роботи (практикум) Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2017. 96 с.

ЗМІСТ

Вступ	3
Тема 1. Предмет, завдання та зміст регіонального менеджменту і маркетингу.	5
Тема 2. Територія як об'єкт управління. Територіальний менеджмент і маркетинг у контексті глобалізації	6
Тема 3. Методи, функції та інструменти регіонального менеджменту і маркетингу	7
Тема 4. Організація, контроль та регулювання реалізації основних функцій регіонального менеджменту і маркетингу.	8
Тема 5. Маркетингові технології як основний інструмент регіонального менеджменту	9
Тема 6. Територіальний маркетинг країни, регіону, міста.	11
Тема 7. Управління ресурсами територій країни в умовах змін.	12
Тема 8. Територіальний менеджмент і маркетинг як засіб забезпечення сталого регіонального розвитку.	13
Список літератури	15

Навчальне видання

Методичні вказівки для проведення практичних (семінарських) занять з навчальної дисципліни «Регіональний менеджмент і маркетинг» для студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування» денної та заочної форм навчання

Укладачі:

КРУГЛОВ Віталій Вікторович
МОРОЗ Володимир Михайлович
ТЕРЕЩЕНКО Діна Акрамівна

Відповідальний за випуск проф. Мороз В. М.
Роботу до видання рекомендував проф. Кіпенський А. В.

В авторській редакції

План 2024 р, поз. 22.

Підп. до друку . 2024. Формат 60x84 1/12. Папір офсет.
Друк – різнографія. Гарнітура Times New Roman. Ум. друк. арк. 2,5.
Обл.вид. арк. Наклад 50 прим. Зам. № .

Видавничий центр НТУ «ХПІ»,
вул. Кирпичова, 2, м. Харків, 61002
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 5478 від 21.08.2017 р.

Електронна версія