

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

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

для виконання самостійної роботи 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 до виконання самостійної роботи 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 «ХПІ», 2024. – 25 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.

1 ОРГАНІЗАЦІЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

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.

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.

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.

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.

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.

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.

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.

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.

1.2. Оцінювання знань, умінь та навичок студентів

Дисципліною передбачено підготовка індивідуального завдання за відповідними темами

Рекомендовані теми індивідуального завдання

1. Удосконалення управління розвитком територій об'єднаних громад (на прикладі конкретної територіальної громади).
2. Краудсорсинг як інструмент підвищення ефективності процесів підготовки та реалізації стратегічних планів об'єднаних територіальних громад (на прикладі конкретної територіальної громади).
3. Формування системи управління розвитком в територіальній громаді (на прикладі конкретної територіальної громади).
4. Регіональний менеджмент і маркетинг як засіб забезпечення сталого регіонального розвитку (на прикладі конкретної територіальної громади).

5. Формування системи взаємодії органів виконавчої влади та місцевого самоврядування щодо спільного вирішення проблем розвитку громади (на прикладі конкретного органу виконавчої влади, органу місцевого самоврядування на рівні територіальної громади).

6. Підвищення ефективності впровадження міжнародних проектів технічної допомоги з розвитку сільських територій (на прикладі конкретного органу виконавчої влади, органу місцевого самоврядування на рівні територіальної громади).

7. Удосконалення механізму взаємодії органу місцевого самоврядування з неурядовими організаціями (на прикладі конкретного органу місцевого самоврядування).

8. Удосконалення механізму співробітництва територіальної громади з представництвами міжнародних структур та організацій (на прикладі конкретного органу виконавчої влади, органу місцевого самоврядування на рівні територіальної громади або району).

9. Удосконалення організації волонтерського руху як форми самоорганізації населення у вирішенні нагальних проблем громади (на прикладі конкретного органу виконавчої влади, органу місцевого самоврядування на рівні територіальної громади або району).

10. Екологічний маркетинг регіону: проблеми формування та функціонування (на прикладі місцевої державної адміністрації).

11. Удосконалення політики залучення прямих іноземних інвестицій в аграрний сектор економіки (на прикладі конкретного органу виконавчої влади, органу місцевого самоврядування або державної служби).

12. Удосконалення системи управління якістю надання медичних/освітніх послуг населенню (на прикладі конкретної установи охорони здоров'я/освіти).

13. Регіональний маркетинг як інструмент підтримки сталого регіонального розвитку (на прикладі конкретного органу виконавчої влади, або органу місцевого самоврядування).

14. Формування системи надання якісних послуг у сфері культури (на прикладі конкретної установи культури територіальної громади).

15. Формування системи реалізації принципу прозорості та відкритості у діяльності місцевої влади (на прикладі конкретного органу виконавчої влади, органу місцевого самоврядування або державної служби).

16. Організаційно-правовий механізм публічного управління на регіональному рівні (на прикладі конкретного органу виконавчої влади, або органу місцевого самоврядування).

17. Регіональні стратегії як інструмент регіонального менеджменту і маркетингу (на прикладі конкретного органу виконавчої влади, або органу місцевого самоврядування).

18. Маркетингові технології як основний інструмент регіонального менеджменту (на прикладі конкретного органу виконавчої влади, або органу місцевого самоврядування).

19. Шляхи фінансового забезпечення економічного зростання на регіональному рівні (на прикладі конкретного органу виконавчої влади, або органу місцевого самоврядування).

Також в процесі вивчення дисципліни «Регіональний менеджмент і маркетинг» передбачено тестування, дві контрольні роботи, залік.

Розподіл балів, які отримують студенти, та шкала оцінювання знань та умінь

Таблиця 1 – Розподіл балів для оцінювання успішності студента для заліку

| Змістовий модуль 1 | Змістовий модуль 2 | Індивідуальне завдання | Відвідування занять | Залік | Сума |
|--------------------|--------------------|------------------------|---------------------|-------|------|
| T1-T4 | T5-T8 | 20 | 10 | 20 | 100 |
| 25 | 25 | | | | |

Оцінювання проводиться за шкалою ЄКТС, національною та за шкалою НТУ ХПІ (100 балів). Переведення даних 100-бальної шкали оцінювання в 4-х бальну національну шкалу та шкалу за системою ECTS здійснюється в такому порядку:

| Сума балів | Національна оцінка | ECTS |
|------------|---|------|
| 90–100 | Відмінно | A |
| 82–89 | Добре | B |
| 75–81 | Добре | C |
| 64–74 | Задовільно | D |
| 60–63 | Задовільно | E |
| 35–59 | Незадовільно (потрібне додаткове вивчення) | FX |
| 1–34 | Незадовільно (потрібне повторне вивчення) | F |

Завдання на самостійне опрацювання:

2 ПИТАННЯ ДО ПРАКТИЧНИХ РОБІТ ТА ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ

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

1. Що є основним предметом і сферою регіонального менеджменту та маркетингу?
2. Які ключові завдання регіонального менеджменту та маркетингу?
3. Як регіональний менеджмент і маркетинг можуть сприяти розвитку регіону?
4. Які основні складові та змістові напрями регіонального менеджменту та маркетингу?
5. Чим регіональний менеджмент і маркетинг відрізняється від традиційних підходів до управління та маркетингу?

Завдання на самостійне опрацювання:

1. Проведіть дослідження історичного розвитку регіонального менеджменту та маркетингу як галузі знань.
2. Проаналізуйте поточні виклики та можливості, що стоять перед регіональним менеджментом та маркетингом у вашій країні чи регіоні.
3. Розробіть структуру або модель, яка окреслює ключові елементи та процеси регіонального менеджменту та маркетингу.
4. Визначте та оцініть найкращі практики регіонального менеджменту та маркетингу з різних регіонів чи країн.
5. Запропонуйте стратегії або ініціативи для покращення регіонального менеджменту та маркетингу у вашій місцевості.

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

1. Як визначається територія як об'єкт управління в регіональному менеджменті та маркетингу?
2. У чому полягають унікальні характеристики та виклики управління територією порівняно з іншими типами організацій?
3. Як глобалізація впливає на практику територіального менеджменту та маркетингу?
4. Які ключові міркування слід враховувати при розробці стратегій територіального менеджменту та маркетингу в глобалізованому контексті?
5. Як підходи територіального менеджменту та маркетингу можуть допомогти регіонам чи територіям адаптуватися до наслідків глобалізації?

Завдання на самостійне опрацювання:

1. Проаналізуйте специфічні географічні, демографічні та економічні характеристики конкретної території або регіону.
2. Визначити ключові зацікавлені сторони та їхні інтереси в управлінні та маркетингу території.

3. Розробити SWOT-аналіз території, враховуючи її сильні та слабкі сторони, можливості та загрози в глобальному контексті.
4. Запропонувати план маркетингу території, який враховує виклики та можливості, визначені в SWOT-аналізі.
5. Оцінити ефективність існуючих стратегій територіального управління та маркетингу в умовах глобалізації.

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

1. Які основні методи використовуються в регіональному менеджменті та маркетингу?
2. Чим функції регіонального менеджменту та маркетингу відрізняються від традиційних функцій менеджменту та маркетингу?
3. Які ключові інструменти та методи використовуються в регіональному менеджменті та маркетингу?
4. Як можна інтегрувати різні методи, функції та інструменти для ефективного регіонального менеджменту та маркетингу?
5. Як методи, функції та інструменти регіонального менеджменту та маркетингу адаптуються до специфічних потреб та особливостей регіону?

Завдання на самостійне опрацювання:

1. Дослідити та порівняти різні методології, що використовуються в регіональному менеджменті та маркетингу, такі як стратегічне планування, аналіз зацікавлених сторін та вимірювання ефективності.
2. Проаналізувати основні функції регіонального менеджменту та маркетингу, такі як розподіл ресурсів, формування політики та просування в контексті конкретного регіону.
3. Розробити інструментарій або структуру, що включає різні інструменти та методи регіонального менеджменту та маркетингу, такі як маркетингові кампанії, державно-приватне партнерство та аналіз даних.

4. Провести тематичне дослідження успішної ініціативи з регіонального менеджменту та маркетингу, визначивши методи, функції та інструменти, які сприяли її успіху.

5. Запропонувати комплексну стратегію регіонального менеджменту та маркетингу, яка включає різні методи, функції та інструменти, пристосовані до конкретних потреб та викликів регіону.

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

1. Як організовані та структуровані ключові функції регіонального менеджменту та маркетингу в регіональних органах влади чи організаціях?

2. Якими є механізми та процеси контролю та регулювання реалізації функцій регіонального менеджменту та маркетингу?

3. Як визначаються та розподіляються обов'язки та підзвітність між різними зацікавленими сторонами, залученими до регіонального менеджменту та маркетингу?

4. Які виклики та найкращі практики координації та узгодження зусиль у сфері регіонального менеджменту та маркетингу на різних рівнях влади та організацій?

5. Як можна використати технології та цифрові інструменти для покращення організації, контролю та регулювання функцій регіонального менеджменту та маркетингу?

Завдання на самостійне опрацювання:

1. Провести аналіз організаційної структури та моделі управління регіонального менеджменту та маркетингу в конкретному регіоні або на конкретній території.

2. Розробити систему моніторингу та оцінки для визначення ефективності та результативності функцій регіонального менеджменту та маркетингу.

3. Запропонувати набір політик і нормативних актів, які б спрямовували та стандартизували реалізацію ініціатив у сфері регіонального менеджменту та маркетингу.

4. Розробити план комунікації та координації для узгодження зусиль у сфері регіонального менеджменту та маркетингу між різними установами, зацікавленими сторонами та рівнями влади.

5. Вивчити можливості використання цифрових платформ, аналітики даних та інших технологій для підтримки організації, контролю та регулювання регіонального менеджменту та маркетингу.

Тема 5. Маркетингові технології як основний інструмент регіонального менеджменту

1. Які ключові маркетингові технології та інструменти використовуються в регіональному управлінні?

2. Як маркетингові технології можуть підвищити ефективність та охоплення регіонального управління та маркетингових зусиль?

3. Які виклики та міркування існують при впровадженні маркетингових технологій для цілей регіонального управління?

4. Як маркетингові технології можуть бути інтегровані з іншими процесами управління та планування в регіональному управлінні?

5. Які нові тенденції та інновації в маркетингових технологіях можуть вплинути на регіональне управління в майбутньому?

Завдання на самостійне опрацювання:

1. Провести аудит поточних маркетингових технологій та інструментів, що використовуються в регіональному управлінні та маркетингових зусиллях у конкретному регіоні чи на конкретній території.

2. Розробити стратегію цифрового маркетингу, яка використовує різні маркетингові технології для просування та позиціонування регіону чи території.

3. Оцінити доцільність та потенційний вплив впровадження нових маркетингових технологій, таких як віртуальна реальність, доповнена реальність або штучний інтелект, у регіональному управлінні та маркетингу.

4. Запропонувати план інтеграції маркетингових технологій з іншими управлінськими процесами, такими як аналіз даних, залучення зацікавлених сторін та вимірювання ефективності в регіональному управлінні.

5. Дослідити та підготувати звіт про останні тенденції та інновації в маркетингових технологіях, які потенційно можуть порушити або покращити практики регіонального менеджменту та маркетингу.

Тема 6. Територіальний маркетинг країни, регіону, міста

1. Які ключові цілі та стратегії територіального маркетингу для країн, регіонів та міст?

2. Як відрізняються підходи і тактика територіального маркетингу на різних географічних рівнях (національний, регіональний, місцевий)?

3. Які ключові зацікавлені сторони беруть участь у територіальному маркетингу, і як управляти їхніми інтересами та ролями?

4. Як можна використовувати територіальний маркетинг для сприяння економічному розвитку, залучення інвестицій та покращення репутації території?

5. Які існують виклики та кращі практики у розробці та впровадженні територіальних маркетингових кампаній чи ініціатив?

Завдання на самостійне опрацювання:

1. Проаналізуйте стратегії та кампанії територіального маркетингу конкретної країни, регіону чи міста, визначте їхні сильні та слабкі сторони, а також потенційні можливості для вдосконалення.

2. Розробити комплексний план територіального маркетингу для обраної території з урахуванням її унікальних особливостей, цільових аудиторій та бажаного позиціонування.

3. Розробити багатоканальну маркетингову кампанію з використанням різних цифрових і традиційних медіа для просування території та її пропозицій.

4. Запропонувати спільний підхід до територіального маркетингу із залученням різних зацікавлених сторін, таких як державні установи, бізнес та громадські організації.

5. Провести порівняльний аналіз практик територіального маркетингу в різних країнах, регіонах чи містах, виявити найкращі практики.

Тема 7. Управління ресурсами територій країни в умовах змін

1. Якими є ключові ресурси та активи, якими необхідно управляти в територіальному менеджменті та маркетингу?

2. Як мінливі економічні, соціальні та екологічні умови впливають на управління територіальними ресурсами?

3. Які стратегії та підходи можуть бути використані для забезпечення сталого та ефективного використання територіальних ресурсів?

4. Як залучення зацікавлених сторін та співпраця можуть сприяти ефективному управлінню ресурсами на територіях?

5. Які виклики та міркування щодо збалансування економічного розвитку та збереження ресурсів в управлінні територіями?

Завдання на самостійне опрацювання:

1. Провести комплексний аудит ресурсів та скласти карту конкретної території, визначивши її природні, людські та інфраструктурні ресурси.

2. Розробити план управління ресурсами, який відповідатиме поточним і майбутнім потребам території, враховуючи потенційні зміни та ризики.

3. Запропонуйте стратегії для сприяння сталому використанню та збереженню ресурсів, такі як ініціативи з циркулярної економіки, проекти з відновлюваної енергетики або програми відновлення екосистем.

4. Розробити процес залучення зацікавлених сторін для залучення місцевих громад, бізнесу та інших зацікавлених сторін до процесів планування та прийняття рішень, пов'язаних з управлінням територіальними ресурсами.

5. Оцінити ефективність існуючих політик і практик управління ресурсами на території та рекомендувати вдосконалення або коригування для вирішення нових викликів і можливостей.

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

1. Як територіальний менеджмент і маркетинг можуть сприяти сталому регіональному розвитку?

2. Які ключові принципи та рамки для інтеграції міркувань сталого розвитку в стратегії територіального управління та маркетингу?

3. Як залучення зацікавлених сторін та участь громади можуть підтримати сталий регіональний розвиток через територіальний менеджмент та маркетинг?

4. Які виклики та компроміси існують при збалансуванні економічних, соціальних та екологічних цілей у територіальному управлінні та маркетингу для сталого розвитку?

5. Як можна виміряти та оцінити успіх і прогрес на шляху до сталого регіонального розвитку в контексті територіального менеджменту та маркетингу?

Завдання на самостійне опрацювання:

1. Провести ситуаційний аналіз конкретного регіону, визначивши економічні, соціальні та екологічні виклики і можливості, пов'язані зі сталим розвитком.

2. Розробити стратегію територіального управління та маркетингу, що включає принципи сталого розвитку, такі як ресурсоефективність, соціальна інтеграція та охорона навколишнього середовища.

3. Розробити план залучення зацікавлених сторін та інформаційно-просвітницької роботи з громадою для залучення місцевих громад, бізнесу та інших зацікавлених сторін до розробки та впровадження ініціатив зі сталого територіального управління та маркетингу.

4. Запропонувати набір індикаторів та систему моніторингу для оцінки прогресу та впливу зусиль з управління територіями та маркетингу на сталий регіональний розвиток.

5. Визначити найкращі практики та тематичні дослідження успішних підходів до територіального управління та маркетингу, які сприяли сталому регіональному розвитку, а також проаналізувати ключові фактори успіху та отриманий досвід.

3 ЗАГАЛЬНІ МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ВИКОНАННЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА

Основні вимоги до індивідуального завдання:

- вивчення та критичний аналіз монографічних і періодичних видань з наданої викладачем теми (наукові джерела (статті, монографії) за останні 5 років);

- вивчення та характеристика досліджуваної проблеми та її сучасного стану, а також передового досвіду роботи у відповідній галузі;

- чітка характеристика предмета, мета і метод дослідження;

- узагальнення результатів, обґрунтування їх, висновки та практичні рекомендації.

Основні елементи індивідуального завдання: титульна сторінка, зміст, вступ, основна частина, висновки, список використаної літератури.

Вступ (мають бути обґрунтовані актуальність та практичне значення обраної теми реферату, визначені мета та завдання роботи);

Основна частина (розкривається тема індивідуального завдання шляхом висвітлення основних питань. При цьому необхідно зосередити увагу на аналізі поставлених питань в літературі з висновками щодо їх теоретичної та практичної значущості);

Висновки (необхідно сформулювати: а) науково-теоретичні та практичні підсумки проведеного аналізу за проблематикою індивідуального завдання; б) теоретичні та практичні рекомендації, що випливають з проведеного аналізу. Вони мають логічно пов'язуватися із змістом викладеного матеріалу).

Обсяг для індивідуального завдання 20-25 сторінок. Текстовий редактор: Microsoft Word. Параметри сторінки – А4. Поля зверху, знизу, справа, зліва – 2 см. Шрифт – Times New Roman. Розмір шрифту – 14 пт. Міжрядковий інтервал – полуторний. Абзацний відступ – 1,25 см. Відформатовано – «Вирівняти по ширині».

Список використаних джерел подається згідно зі стандартом бібліографічного опису (ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання») після тексту. Для електронних інформаційних джерел обов'язково вказується URL-адреса веб-сторінки, а також дата звернення. На кожну з представлених позицій повинні бути посилання в тексті. У тексті посилання на літературу позначаються квадратними дужками із вказівкою в них порядкового номера джерела за списком та через кому – номери сторінки (сторінок), наприклад: [5, с. 27]. Заборона використання російськомовних джерел.

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 |
| 1 Організація вивчення дисципліни | 5 |
| 2 Питання до практичних робіт та для самостійної перевірки знань | 11 |
| 3 Загальні методичні рекомендації з виконання самостійної роботи студента | 19 |
| Список літератури | 21 |

Навчальне видання

Методичні вказівки до виконання самостійної роботи 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