

АКТ
впровадження результатів наукових досліджень
в освітній процес

Результати наукового дослідження «Територіальний маркетинг в системі промислового та економічного розвитку регіонів», автор Олександр НОСИРЄВ (опубліковано: Маркетинг у підприємстві, біржовій діяльності та торгівлі в smart-суспільстві: управлінський, інноваційний та методичний виміри : колективна монографія (підрозділ 2.12) / за наук. ред. І. В. Перезової. Львів: Видавець Кошовий Б.-П.О., 2023. С. 363–383. DOI: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.7855210>), зокрема, дослідження особливостей маркетингового просування територій, оптимізації стратегії маркетингової політики, створення та оптимізації брендів регіонів використано при розробці курсу «Туризмологія» (тема: 11. Проблеми і перспективи розвитку методології досліджень в туризмі та гостинності»).

Т.в.о. директора навчально-наукового інституту економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»
д.е.н., проф.



Олександр МАНОЙЛЕНКО

Заступник директора навчально-наукового інституту економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»
к.е.н., доц .

Валерій КОБЄЛЄВ

Заступник директора по роботі з іноземними студентами та міжнародним зв'язкам навчально-наукового інституту економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»
к.е.н., доц.

Наталія ВОЛОСНИКОВА