

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Національний університет «Львівська політехніка»


Навчально-науковий Інститут підприємництва та перспективних технологій

Кафедра економіки і маркетингу

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Голова НМК спеціальностей галузі знань

07 «Управління та адміністрування»



Олексюк Г.В.

Протокол від «30» серпня 2022 р. № 1

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Маркетингові дослідження інвестиційних проєктів розвитку територій»

другий (магістерський) рівень вищої освіти

вид дисципліни _____ обов'язкова

мова викладання _____ українська


освітня програма «Територіальний маркетинг»

спеціальність 075 Маркетинг


галузь знань 07 Управління та адміністрування

Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження інвестиційних проєктів розвитку територій» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за освітньою програмою «Територіальний маркетинг».

Розробники (викладачі):

професор кафедри ЕКМ, д.е.н., проф.  Безпарточний М. Г.

Гарант освітньої програми:

доцент кафедри ЕКМ, д.е.н., ст. досл.  Попадинець Н. М.

Робоча програма розглянута та схвалена на засіданні кафедри економіки і маркетингу

Протокол від «29» серпня 2022 року № 1

1. Структура навчальної дисципліни

Найменування показників	Всього годин	
	Денна форма	Заочна форма
Кількість кредитів/год	5/150	5/150
Усього годин аудиторної роботи, у т.ч.:	45	6
<ul style="list-style-type: none">• лекційні заняття, год• семінарські заняття, год.• практичні заняття, год.• лабораторні заняття, год	15 - 30 -	2 - 4 -
Усього годин самостійної роботи, у т.ч.:	105	144
<ul style="list-style-type: none">• контрольні роботи, к-сть/год.• розрахункові (розрахунково-графічні) роботи, к-сть/год• індивідуальне науково-дослідне завдання, к-сть/год.• підготовка до навчальних занять та контрольних заходів, год.	- - - 105	10 - - 134
Екзамен	1	1
Залік	-	-

Частка аудиторного навчального часу студента у відсотковому вимірі: денної форми навчання – 30 %, заочної форми навчання – 4%.

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

2.1. Мета вивчення навчальної дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження інвестиційних проєктів розвитку територій» є формування компетентностей щодо теоретичних та практичних засад організації та здійснення маркетингових досліджень інвестиційних проєктів у контексті забезпечення розвитку територій; використання методичного інструментарію маркетингового аналізу та економічної оцінки об'єктів інвестування, формування інвестиційних пропозицій об'єктів для потенційних інвесторів.

2.2. Завдання навчальної дисципліни відповідно до освітньої програми

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у здобувачів освіти компетентностей:

Загальних:

- ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.
- ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.
- ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
- ЗК8. Здатність розробляти проєкти та управляти ними.

Фахових (спеціальних):

СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.

СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.

СК12. Здатність проектувати, розробляти маркетингову стратегію територіальних громад, здійснювати моніторинг та оцінку виконання стратегій.

СК14. Здатність розробляти стратегії поведінки цільових аудиторій споживачів послуг місцевого самоврядування територіальних громад, формувати маркетинговий комплекс 4P, інші інструменти територіального маркетингу.

СК16. Здатність формувати концептуальні документи щодо просторового розвитку територіальних громад, залучення інвестицій, центрів зростання та сталого розвитку територій на тривалу перспективу.

2.3. Результати навчання відповідно до освітньої програми, методи навчання і викладання, методи оцінювання досягнення результатів навчання

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач освіти повинен бути здатним продемонструвати такі **знання та вміння**:

знати: чинну нормативно-законодавчу базу України, нормативно-правові акти галузевого спрямування, які стосуються соціально-економічного, просторово-територіального розвитку, формування територіальних громад та розробки маркетингових стратегій. Міжнародні стандарти та методологію оцінки об'єктів територій, інші нормативно-правові документи з питань оцінювання інвестиційної привабливості об'єктів громад та маркетингових інструментів залучення інвестицій, супроводу інвесторів. Знати перелік послуг, які надають територіальні громади, їхню класифікацію та особливості; специфіку функціонування організаційних структур щодо залучення інвестицій; особливості співпраці суб'єктів у межах транскордонного співробітництва. Володіти знаннями стосовно формування маркетингових стратегій територіальних громад та брендингу територій.

уміти: користуватися основними статистичними, економіко-математичними методами збору, обробки та аналізу економічної інформації про соціально-економічний стан територіальних громад; здійснювати маркетингові дослідження просторового та економічного розвитку територій, об'єктів, які розташовані в межах територіальних громад; оцінювати маркетингові можливості та ресурсний потенціал громад в умовах воєнного стану та відбудови країни після припинення воєнних дій, проводити порівняльний аналіз конкурентоспроможності територіальних громад у процесі формування маркетингових стратегій; здійснювати моніторинг соціально-економічного розвитку територіальних громад; формувати програми державно-приватного партнерства щодо забезпечення розвитку територій; здійснювати пошук грантового фінансування та фандрайзингу інвестиційних проєктів; ідентифікувати перспективні напрями у межах транскордонного співробітництва; забезпечувати ефективність управління інвестиційними проєктами територій.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач освіти повинен бути здатним продемонструвати такі **програмні результати навчання**:

Результати навчання	Методи навчання і викладання	Методи оцінювання рівня досягнення результатів навчання
ПР2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних	<u>Лекції та практичні заняття:</u> економіко-статистичний метод; евристичний метод, методи індукції та дедукції, аналізу і синтезу. <u>Самостійна робота:</u> дослідницький метод;	<u>Поточний та екзаменаційний контроль.</u> <u>Методи оцінювання знань:</u> фронтальне та індивідуальне опитування; тестування; виконання ситуаційних вправ

Результати навчання	Методи навчання і викладання	Методи оцінювання рівня досягнення результатів навчання
цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта	економіко-статистичний метод, метод аналізу	
ПР4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації	<u>Лекційні та практичні заняття:</u> економіко-статистичний метод; репродуктивний метод; метод евристичний; метод дедукції; метод індукції <u>Самостійна робота:</u> репродуктивний метод; дослідницький метод; економіко-статистичний метод	<u>Поточний та екзаменаційний контроль.</u> <u>Методи оцінювання знань:</u> тестування; усне фронтальне опитування
ПР6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними	<u>Лекційні та практичні заняття:</u> інформаційно-рецептивний метод; репродуктивний метод; евристичний метод; метод проблемного викладу <u>Самостійна робота:</u> репродуктивний метод; дослідницький метод	<u>Поточний та екзаменаційний контроль.</u> <u>Методи оцінювання знань:</u> вибіркоче усне опитування; виступи на семінарах; тести; оцінка активності; внесених пропозицій оригінальних рішень, уточнень і визначень; письмове опитування, тестовий контроль
ПР8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу	<u>Лекційні та практичні заняття:</u> інформаційно-рецептивний метод; репродуктивний метод; евристичний метод; метод проблемного викладу <u>Самостійна робота:</u> репродуктивний метод; дослідницький метод	<u>Поточний та екзаменаційний контроль.</u> <u>Методи оцінювання знань:</u> вибіркоче усне опитування; виступи на семінарах; тести; оцінка активності; внесених пропозицій оригінальних рішень, уточнень і визначень; письмове опитування, тестовий контроль
ПР9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень	<u>Лекційні та практичні заняття:</u> метод евристичний. <u>Самостійна робота:</u> дослідницький метод.	<u>Поточний та екзаменаційний контроль.</u> <u>Методи оцінювання знань:</u> фронтальне та індивідуальне опитування; тестування; виконання та захист ситуаційних вправ
ПР11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення	<u>Лекційні та практичні заняття:</u> інформаційно-рецептивний метод; репродуктивний метод; евристичний метод; метод проблемного викладу.	<u>Поточний та екзаменаційний контроль.</u> <u>Методи оцінювання знань:</u> вибіркоче усне опитування перед початком занять; фронтальне

Результати навчання	Методи навчання і викладання	Методи оцінювання рівня досягнення результатів навчання
маркетингової діяльності ринкового суб'єкта	<u>Самостійна робота:</u> репродуктивний метод; дослідницький метод.	стандартизоване опитування тестами протягом 5-10 хв; фронтальна перевірка виконаних домашніх завдань тощо.
ПР12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм	<u>Лекційні та практичні заняття:</u> інформаційно-рецептивний метод; репродуктивний метод; евристичний метод; метод проблемного викладу. <u>Самостійна робота:</u> репродуктивний метод; дослідницький метод.	<u>Поточний та екзаменаційний контроль.</u> <u>Методи оцінювання знань:</u> вибіркове усне опитування перед початком занять; фронтальне стандартизоване опитування тестами протягом 5-10 хв; фронтальна перевірка виконаних домашніх завдань тощо.
ПР13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання	<u>Лекційні та практичні заняття:</u> інформаційно-рецептивний метод; репродуктивний метод; евристичний метод; метод проблемного викладу. <u>Самостійна робота:</u> репродуктивний метод; дослідницький метод.	<u>Поточний та екзаменаційний контроль.</u> <u>Методи оцінювання знань:</u> вибіркове усне опитування перед початком занять; фронтальне стандартизоване опитування тестами протягом 5-10 хв; фронтальна перевірка виконаних домашніх завдань тощо.
ПР15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення	<u>Лекційні та практичні заняття:</u> метод евристичний. <u>Самостійна робота:</u> дослідницький метод.	<u>Поточний та екзаменаційний контроль.</u> <u>Методи оцінювання знань:</u> фронтальне та індивідуальне опитування; тестування; виконання та захист ситуаційних вправ
ПР16. Вміти виокремлювати науково-практичні задачі дослідження та вирішувати їх із використанням положень теорій та методології маркетингу, а також	<u>Лекційні та практичні заняття:</u> інформаційно-рецептивний метод; репродуктивний метод; евристичний метод; метод проблемного викладу. <u>Самостійна робота:</u> репродуктивний метод; дослідницький метод.	<u>Поточний та екзаменаційний контроль.</u> <u>Методи оцінювання знань:</u> вибіркове усне опитування перед початком занять; фронтальне стандартизоване опитування тестами протягом 5-10 хв;

Результати навчання	Методи навчання і викладання	Методи оцінювання рівня досягнення результатів навчання
загальнонаукових та спеціальних методів дослідження		фронтальна перевірка виконаних домашніх завдань тощо.

2.4. Перелік попередніх та супутніх і наступних навчальних дисциплін

№ з/п	Попередні навчальні дисципліни	Супутні і наступні навчальні дисципліни
1.	Територіальний маркетинг	Інструменти територіального маркетингу
2	Регіональна економіка	Маркетинг послуг місцевого самоврядування
3	Просторова економіка	Європейська практика підтримки розвитку територій
4	Маркетингові дослідження	Тактичний урбанізм, трансформація міського простору на засадах маркетингу

3. Анотація дисципліни

Предметом вивчення навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження інвестиційних проєктів розвитку територій» є теоретичні та практичні засади щодо маркетингового дослідження інвестиційних проєктів територіальних громад, спрямованих на забезпечення розвитку територій.

Дисципліна «Маркетингові дослідження інвестиційних проєктів розвитку територій» є обов'язковою дисципліною в системі фахової підготовки магістрів. Курс спрямований на формування системи знань у здобувачів, які сприятимуть розумінню концепту забезпечення розвитку територій через здійснення маркетингових досліджень та оцінювання інвестиційних проєктів. Студенти зможуть вміло використовувати інструментарій маркетингових досліджень при оцінці активів територіальних громад як об'єктів інвестування, застосовувати методику формування маркетингових стратегій розвитку територій, приймати управлінські рішення та опрацьовувати проєкти у сфері інвестиційної діяльності, бренду територій. Здобувачі спеціальності «Маркетинг» отримають теоретичні знання, методичні і практичні навички щодо застосування організаційно-економічних механізмів та маркетингового інструментарію щодо комплексного підходу до формування концепції розвитку територій, ідентифікації та техніко-економічної оцінки об'єктів інвестування у межах територіальних громад, розробки та впровадження маркетингових стратегій розвитку територій.

4. Опис навчальної дисципліни

4.1. Лекційні заняття

№	Назви тем	К-ть годин	
		ДФН	ЗФН
	Лекція 1. Теоретичні аспекти залучення інвестицій у розвиток територій. 1. Сутність та необхідність залучення інвестицій у розвиток територій. 2. Типи залучення інвестицій у розвиток територій.	2	1

№	Назви тем	К-ть годин	
		ДФН	ЗФН
	3. Ефективність залучення інвестицій у розвиток територій. 4. Ключові завдання органів державної влади із залучення інвестицій. Література: 1-10; 16-18; 22; 24-27; 36-43		
	Лекція 2. Організаційна та інституційна основа маркетингових досліджень інвестиційних проектів розвитку територій. 1. Законодавче регулювання залучення інвестицій у розвиток територій. 2. Стратегія та маркетинговий інструментарій оцінки залучення інвестицій у розвиток територій. 3. Інституційна основа маркетингу залучення інвестицій у розвиток територій. Література: 1-10; 19-23	2	
	Лекція 3. Маркетингові інструменти можливостей розвитку територій та цільового пошуку інвесторів. 1. Маркетинговий план, як основа стратегії залучення інвестицій у розвиток територій. 2. Маркетингові інструменти регіонального та місцевого рівнів державного управління. 3. Просування інформації про інвестиційні можливості територій. 4. Цільовий пошук інвесторів. Література: 1-10; 14; 17; 20; 23; 30	2	
	Лекція 4. Інвестиційний потенціал територій та формування інвестиційної привабливості. 1. Сутність та управління інвестиційним потенціалом територій. 2. Джерела формування інвестиційних ресурсів територій. 3. Фактори формування інвестиційної привабливості територій. 4. Методичні підходи до оцінки інвестиційної привабливості територій. Література: 1-10; 15-18; 21; 36	2	1
	Лекція 5. Формування маркетингової стратегії території. 1. Сутність та завдання маркетингової стратегії території. 2. Методологія розробки маркетингової стратегії території. 3. Етапи розробки маркетингової стратегії території. Література: 19-20; 23; 29; 34-35	2	
	Лекція 6. Інвестиційна діяльність як механізм розвитку територій та можливості транскордонного співробітництва. 1. Державне регулювання та забезпечення інвестиційного діяльності щодо розвитку територій. 2. Інноваційна складова інвестиційної діяльності розвитку територій. 3. Інвестиційна діяльність у межах транскордонного		

№	Назви тем	К-ть годин	
		ДФН	ЗФН
	співробітництва. Література: 1-10; 13; 18-19; 28	2	
	Лекція 7. Методологія і стандарти залучення інвесторів у регіон та постінвестиційний супровід інвестиційних проєктів. 1. Система обслуговування інвестиційних проєктів у регіоні. 2. Ключові елементи пост-інвестиційного супроводження інвесторів у регіоні. 3. Стандарти залучення та супроводу інвесторів у регіонах України. Література: 1-10; 16-17; 22; 32; 38; 42-43	1	
	Лекція 8. Аналітичні інструменти в інвестиційних проєктах. 1. Аналіз вигід і витрат в інвестиційних проєктах (СВА). 2. Мультикритеріальний аналіз в інвестиційних проєктах (МСА). Література: 14; 24; 31; 36		
	Всього	15	2

4.2. Практичні заняття

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		ДФН	ЗФН
1	Практичне заняття 1. Види інвестиційних об'єктів територій, механізми їх залучення та ефективність використання. 1. Опитування (тестування) теоретичного матеріалу студентів з наступних питань: 1.1. Типи інвестицій «Грінфілд» та «Браунфілд». 1.2. Механізми залучення інвестицій територіальними громадами. 1.3. Вигоди від залучення інвестицій у розвиток територій. Література: 1-10; 16-18; 22; 24-27; 36-43	2	
2.	Практичне заняття 2. Нормативно-правова база залучення інвестицій у розвиток територій. 1. Опитування (тестування) теоретичного матеріалу студентів з наступних питань: 1.1. Правові, економічні та соціальні умови інвестиційної діяльності в Україні. 1.2. Програми залучення інвестицій на регіональному та місцевому рівнях. Література: 1-10; 16; 22; 24; 43	2	
3.	Практичні заняття 3. Інструментарій маркетингового дослідження інвестиційних проєктів та інфраструктура підтримки. 1. Опитування (тестування) теоретичного матеріалу студентів з наступних питань: 1.1. Оцінка інвестиційних потреб та потенціалу територій. 1.2. Маркетинговий план стратегії розвитку територій. 1.3. Механізми функціонування агенцій із залучення інвестицій. Література: 1-10; 14; 17; 19-21; 23; 30	2	
4	Практичні заняття 4. Комплекс маркетингових заходів розвитку територій. 1. Опитування (тестування) теоретичного матеріалу студентів з наступних питань: 1.1. Інструменти маркетингу в стратегічному управлінні територіями. 1.2. Інформаційно-аналітичні інструменти залучення інвестицій територіальних громад та їх характеристика. Література: 1-10; 14; 17; 20; 23; 30	2	
5	Практичне заняття 5. Інформаційна промоція та пошук інвесторів територіальними громадами. 1. Опитування (тестування) теоретичного матеріалу студентів з наступних питань: 1.1. Характеристика промоційних заходів пошуку інвесторів територіальними громадами. 1.2. Види цільового пошуку інвесторів територіальними громадами.	2	

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		ДФН	ЗФН
	Література: 1-10; 14; 17; 20; 23; 30		
6	Практичні заняття 6. Поняття інвестиційного потенціалу та інвестиційних ресурсів територій. 1. Опитування (тестування) теоретичного матеріалу студентів з наступних питань: 1.1. Характеристика складових інвестиційного потенціалу територій. 1.2. Проблеми управління інвестиційним потенціалом територій. 1.3. Структура інвестиційних ресурсів територій. Література: 1-10; 15-18; 36	2	
7.	Практичні заняття 7. Методологія форматування та оцінки інвестиційної привабливості територій. 1. Опитування (тестування) теоретичного матеріалу студентів з наступних питань: 1.1. Жорсткі фактори формування інвестиційної привабливості територій. 1.2. М'які фактори формування інвестиційної привабливості територій. 1.3. Показники оцінки інвестиційної привабливості територій. Література: 1-10; 15-17; 21	2	2
8	Практичне заняття 8. Поняття та завдання розробки маркетингової стратегії територій. 1. Опитування (тестування) теоретичного матеріалу студентів з наступних питань: 1.1. Мета та необхідність розробки маркетингової стратегії територій. 1.2. Механізми формування іміджу територій. 1.3. Роль суб'єктів територіальних громад при розробці маркетингової стратегії. Література: 19; 23; 29; 34	2	
9	Практичне заняття 9. Методологія розробки та впровадження маркетингової стратегії територій. 1. Опитування (тестування) теоретичного матеріалу студентів з наступних питань: 1.1. Основні напрями маркетингу територій. 1.2. Брендинг територій. 1.3. Характеристика типів продуктів маркетингової стратегії територій. 1.4. Структура маркетингової стратегії територій. 1.5. Стратегічні та оперативні цілі маркетингової стратегії територій. Література: 20; 23; 29; 35	2	
10.	Практичні заняття 10. Державне регулювання регіональної інвестиційної політики. 1. Опитування (тестування) теоретичного матеріалу студентів з наступних питань: 1.1. Політика регіонального розвитку. 1.2. Напрями забезпечення інвестиційного розвитку територій. 1.3. Пріоритети у регіональному інвестиційному процесі. 1.4. Роль інновацій в інвестиційному розвитку територій. Література: 1-10	2	
11	Практичне заняття 11. Використання можливостей транскордонного співробітництва щодо залучення інвестицій 1. Опитування (тестування) теоретичного матеріалу студентів з наступних питань: 1.1. Інвестиційні напрями транскордонного співробітництва в Україні та сусідніми країнами-членами Європейського Союзу. 1.2. Практика інвестування та фінансування проектів в Україні у межах транскордонного співробітництва Європейським Союзом. Література: 1-10; 13; 18-19; 28	2	
12.	Практичне заняття 12. Формування інвестиційних пропозицій. 1. Опитування (тестування) теоретичного матеріалу студентів з наступних питань: 1.1. Склад інвестиційної пропозиції. 1.2. Обробка запитів інвесторів. 1.3. Організація візитів потенційних інвесторів та проведення переговорів. Література: 1-10; 17; 22; 38; 42	2	
13	Практичне заняття 13. Механізми сприяння та підтримки інвесторів при реалізації інвестиційних пропозицій. 1. Опитування (тестування) теоретичного матеріалу студентів з наступних питань: 1.1. Єдине інвестиційне вікно. 1.2. Реєстрація іноземних інвестицій. 1.3. Інфраструктурне забезпечення реалізації інвестиційних пропозицій.	2	

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		ДФН	ЗФН
	Література: 1-10; 16; 32; 38; 43		
14.	Практичні заняття 14. Елементи постінвестиційного супроводу інвестиційних проєктів. 1. Опитування (тестування) теоретичного матеріалу студентів з наступних питань: 1.1. Цілі та економічне обґрунтування постінвестиційного супроводу інвестиційних проєктів. 1.2. Адміністративні та стратегічні послуги постінвестиційного супроводу інвестиційних проєктів. 1.3. Розробка стандарту залучення та супроводу інвесторів у регіонах України. Література: 1-10; 17; 22; 32; 38; 42	2	
15	Практичні заняття 15. Методичний інструментарій оцінювання вигід і витрат в інвестиційних проєктах. 1. Опитування (тестування) теоретичного матеріалу студентів з наступних питань: 1.1. Основна мета, необхідність використання та алгоритм оцінки вигід і витрат в інвестиційних проєктах. 1.2. Показники оцінювання вигід і витрат в інвестиційних проєктах та їх економічний зміст. 1.3. Ідентифікація грошових і негрошових характеристик інвестиційних проєктів. 1.4. Вибір варіантів і критеріїв оцінки інвестиційних проєктів. Література: 14; 24; 31; 36	2	2
	Всього	30	4

4.3. Самостійна робота

Найменування робіт	Кількість годин	
	ДФН	ЗФН
Підготовка до навчальних занять та контрольних заходів, тестування.		
Індивідуальна робота в умовах дистанційного навчання.	15	20
Робота з лекційним матеріалом.	15	30
Робота над практичними завданнями.	60	10
Контрольна робота ЗФН.	-	50
Підготовка до підсумкового контролю.	15	34
Усього годин	105	144

5. Опис методів оцінювання результатів навчання

Методи контролю знань та умінь здобувача при вивченні дисципліни включають:

1. Поточний контроль роботи здобувача:

- Тестове опитування;
- Усне опитування на практичних заняттях;
- Розв'язування задач;
- Виконання та презентація практичних завдань;
- Участь у круглих столах, ділових іграх, ділових дискусіях та обговореннях;
- Оцінювання виконання контрольних робіт – для студентів заочної форми навчання.

2. Підсумковий контроль: складання екзамену (письмової та усної компонент)

Письмова компонента:

- Завдання 1-го рівня – розкрити зміст питання і поняття, дати визначення, зазначити можливості практичного застосування;
- Завдання 2-го рівня – вирішення тестових завдань;
- Завдання 3-го рівня – дати відповідь на ситуаційну вправу.

Усна компонента:

Розкриття суті понять.

Робота в умовах дистанційного навчання

- Дистанційне навчання може передбачатися як для окремих видів навчальної роботи, наприклад, лекції, та/або практичні, так і у зв'язку з карантинними заходами і воєнним станом.
- Дистанційна робота на кафедрі економіки і маркетингу ІІІТ проводиться на платформах MS Teams.
- При дистанційній роботі (у тому числі за умов карантину та воєнного стану) передбачається співбесіда зі студентами під час проведення відео конференцій на лекційних та практичних заняттях.. Письмові роботи пересилаються до ВНС, або на електронну пошту викладача в домені @lrnu.ua. Дистанційні заняття проводяться на платформах MS Teams.

6. Критерії оцінювання результатів навчання здобувачів освіти

Поточний контроль(ПК) ДФН/ЗФН		екзаменаційний контроль		Разом за дисципліну
Форми поточного контролю	Макс балів(ПК)	Письмова компонента	Усна компонента	
Тестування за темами 8*2бали = 16 балів	16/16	35	25	40+60=100
Виконання практичних завдань 15*1бал = 15 балів	15/2			
Доповіді на практичних заняттях, круглих столах, усне опитування 9*1=	9/-			
Контрольна робота ЗФН	-/22			
Разом за ПК	40/40	35	25	100

Порядок та критерії виставлення балів та оцінок:

У процесі навчання здобувач має продемонструвати активну навчальну діяльність протягом семестру і за результатами **поточного контролю** набрати **від 21 до 40 балів**.

До **обов'язкових видів робіт** поточного контролю входять:

1. **Тестування** у ВНС з 8 тем навчальної дисципліни, які оцінюються максимум в 2 бали: $8*2 = 16$ балів;
2. **Доповіді на практичних заняттях, круглих столах**, обговорення та активність під час імітаційних форм проведення занять (ділові ігри, дискусії, обговорення проблемних ситуацій) і оцінюються відповідно 1 бал кожна робота: $9*1 = 9$ балів.
3. **Виконання практичних завдань** оцінюється в 1 бал кожне завдання: $15*1 = 15$ балів.
4. **Виконання контрольної роботи** для здобувачів ЗФН оцінюється в 22 бали.
5. Методичні вказівки до виконання контрольної роботи розміщуються у ВНС окремо. Окремо додатковими балами (від 5 до 10 балів) заохочується здобувач до науково-пошукової роботи – участь у конкурсах науково-пошукових робіт, публікації наукових тез і статей.

Студент, який вчасно (до початку екзаменаційної сесії) не виконав індивідуального завдання (контрольної роботи ЗФН) або не набрав 21 бал з поточного контролю, не допускається до екзамену.

Успішна задача екзамену оцінюється максимум **60 балів**. Екзамен складається із письмової та усної компонент. Письмова компонента – екзаменаційний білет, який складається із завдань трьох рівнів, що оцінюються за окремою шкалою:

Рівень 1 – розкриття теоретичного питання та змісту поняття: сутність та характеристика питання, приведення визначення із пропозицією можливостей практичного застосування = 10 балів;

Рівень 2 – вирішення тестових завдань = 25 балів;

Рівень 3 – дати відповідь на ситуаційну вправу – 25 балів

Під час усного спілкування з викладачем здобувач може отримати від 0 до 30 балів за відповідь на запитання екзаменатора.

7. Навчально – методичне забезпечення

1. Робоча програма навчальної дисципліни;
2. Конспекти лекцій та їх презентації з дисципліни;
3. Тестові завдання за кожною темою;
4. Електронні навчальні посібники;
5. Плани практичних занять;
6. Питання до екзамену;
7. Методичні рекомендації до виконання практичних завдань;
8. Методичні рекомендації до виконання контрольної роботи – для ЗФН.

8. Рекомендована література

Базова

1. Конституція України // Відомості ВРУ.-1996. - №30.
2. Закон України «Про інвестиційну діяльність» № 1560-ХІІ від 18.09.1991 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>
3. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16 квітня 1991 р. № 959-ХІІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text>
4. Закон України «Про режим іноземного інвестування» від 19 березня 1996 р. № 93/96-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/93/96-%D0%B2%D1%80#Text>
5. Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» від 21.05. 1997 р. № 280/97-ВР [Електронний ресурс] .- Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/280/97>.
6. Закон України «Про співробітництво територіальних громад» від 17 червня 2014 р. № 1508-УІІ [Електронний ресурс] . - Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1508-18>.
7. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо засад державної регіональної політики та політики відновлення регіонів і територій» від 9 липня 2022 року № 2389-ІХ. Голос України від 26.07. 2022 - №152.
8. Закон України «Про засади державної регіональної політики» від 5 лютого 2015 року № 156-VІІІ. Відомості Верховної Ради (ВВР), 2015, № 13, с. 90.
9. Закон України «Про співробітництво територіальних громад» від 17 червня 2014 року № 1508-VІІ. Відомості Верховної Ради (ВВР), 2014, № 34, с. 1167.
10. Закон України «Про добровільне об'єднання територіальних громад» від 5 лютого 2015 року № 157-VІІІ. Відомості Верховної Ради (ВВР), 2015, № 13, с. 91.
11. Адміністративно-територіальний устрій України: методологічні основи та практика реформування : монографія / ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України» ; наук. ред. В. С. Кравців. – Львів, 2016. – 259 с.
12. Борщ Г.А., Вакуленко В.М., Гринчук Н.М., Дехтяренко Ю.Ф., Ігнатенко О.С., Куйбіда В.С., Ткачук А.Ф., Юзефович В.В. Ресурсне забезпечення об'єднаної територіальної громади та її маркетинг : навч. посіб. Київ, 2017. 107 с.
13. Гегедош К.В. Транскордонний маркетинг: теоретичні, методичні та прикладні основи : Монографія. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2022. 192 с.
14. Касьянова Н.В. Планування маркетингу: навч. посібник. – К.: ЦУЛ, 2018. – 248 с.
15. Територіальні громади в умовах децентралізації: ризики та механізми розвитку: монографія / за ред. Кравціва В. С., Сторонянської І. З. Львів: ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України, 2020. 531 с.

Допоміжна

16. Воскобійник С. І. Політика органів місцевого самоврядування щодо залучення інвестицій / С. І. Воскобійник // *Наук. вісн. Академії муніципального управління. Серія: Управління.* – 2012. – Вип. 1. – С. 399–405.
17. Впровадження інвестиційних інструментів на регіональному та муніципальному рівнях [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/609/Case_Study_PLEDDG_Investments-web.pdf
18. Гордієнко В. П. Інвестиційний потенціал регіону як економічна категорія / В. П. Гордієнко // *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки.* – 2014. – Вип. 7(4). – С. 68-71.
19. Гринкевич С., Брух О., Бернацька І. Вплив маркетингового середовища на розвиток об'єднаних територіальних громад. [Електронний ресурс]. URL:<https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/450512>.
20. Гринчук Н. Формування територіальних маркетингових стратегій. Київ, Всеукраїнська мережа фахівців та практиків з регіонального і місцевого розвитку, 2014. 43 с. URL: <http://regionet.org.ua>
21. Гургула Т. В. Фінансове забезпечення спроможності територіальних громад: проблеми та шляхи їх вирішення / Т. В. Гургула // *Наук. вісн. Мукачівськ. держ. ун-ту.* – 2017. – № 1 (7). – С. 131–135.
22. Децентралізація. Модуль 7. Залучення інвестицій в ОТГ. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://politovita.ba.org.ua/decentralization/modul-7-zaluchennya-investytsij-v-otg/>
23. Дробязко І. М. Територіальний маркетинг як механізм підвищення ефективності діяльності органів місцевого самоврядування. Теорія та практика державного управління : зб. наук. пр. Х. : Вид-во ХарPI НАДУ “Магістр”, 2008. Вип. 2 (21). С. 149–153.
24. Інвестиційний маркетинг і моніторинг галузей промисловості України // *Актуальні Проблеми Економіки.* – 2019. – №3. – С.68–75.
25. Інвестиційний паспорт Львівщини [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://investinlvivregion.com.ua/wp-content/uploads/2021/12/Інвестиційний-паспорт-Львівщини.pdf>
26. Інвестиційні ресурси Львівщини [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://investhub.lviv.ua/>
27. Invest in Lviv [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://investinlviv.com/ua/>
28. Кахович О. О. Система управління регіональною структурно-інвестиційною політикою / О. О. Кахович // *Економіка та держава.* – 2010. – №3. – С. 111–113.
29. Кращі практики місцевого економічного розвитку України. «Брендинг і маркетинг територій. У пошуках власного обличчя» [Електронний ресурс]. URL: [UAPractice-05-final.indd \(mled.org.ua\)](http://UAPractice-05-final.indd (mled.org.ua))
30. Лепьошкіна Т. Я. Маркетинг як важлива складова політики органів місцевого самоврядування у сфері місцевого розвитку. [Електронний ресурс]. URL: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=452>.
31. Методичні рекомендації. Порядок розроблення, затвердження, реалізації, проведення моніторингу та оцінювання реалізації стратегій розвитку територіальних громад. Міністерство розвитку громад та територій України. 2021.
32. Методологія та стандарти залучення та супроводу інвесторів у Вінницькій міській територіальній громаді [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2021/01/Investors-Attraction-and-Support-Methodology-and-Standards-Vinnitsya.pdf>
33. Моделювання ефективної фінансової діяльності органів місцевого самоврядування ОТГ в умовах децентралізації. Консолідований підхід. Модуль IV. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/library/recovery-and-peacebuilding/effective-financial-operations-for-local-governance-and-ATC-IV.html>
34. Олексюк Г. В., Хром»як Й. Я., Попадинець Н. М. Маркетингова стратегія як інструмент реалізації стратегічного плану розвитку територіальних громад. // *Економіка України.* – 2022. № 7 (728) – С. 67-87.
35. Олексюк Г. В., Попадинець Н. М., Самотій Н. С. Управління територіальними громадами на засадах територіального маркетингу. // *Регіональна економіка.* – 2021. № 3. (101). С. 15-27.
36. Пілько А. Д., Грабовецька Г. Д. Модель оцінки інвестиційного потенціалу регіону. URL: chromeextension://efaidnbnmnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fwww.problecon.com%2Fexport_pdf%2Fproblems-of-economy-2017-4_0-pages-219_224.pdf&clen=394113&chunk=true
37. Регіональний інвестиційний маркетплейс [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://investinlvivregion.com.ua/>
38. Рекомендації щодо стандартів залучення та супроводу інвесторів на місцевому та регіональному рівні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.hromady.org/wp->

content/uploads/2019/09/Methodology_on_investors_support_on_regional_and__local_levels.pdf?_ga=2.110954242.668515245.1685563974-1273896473.1685563934

39. Слабінська О. В. Інвестиційні ресурси фінансування соціальної інфраструктури адміністративно-територіальних одиниць / О. В. Слабінська // Наук. пр. Чорноморськ. держ. ун-ту імені Петра Могили комплексу "Києво-Могилянська академія". – 2012. – Т.208. – Вип. 196. – С. 135–140.

40. Нечитайло У. П. Аналіз сучасних підходів до визначення інвестиційного потенціалу регіону / У. П. Нечитайло // Інвестиції: практика та досвід. – 2010. – № 15. – С. 25-29.

41. Сілюкова С. М. Розвиток інвестиційного потенціалу регіону як об'єкт державного регулювання / С. М. Сілюкова // Публічне управління: теорія та практика. – 2013. – Вип. 1. – С. 140-146.

42. Стандарти залучення та супроводу інвесторів у Кіровоградській області [Електронний ресурс]. <http://kr-rada.gov.ua/site/uploads/files/Ekonomika/standarti-zal-ta-suprov-invest.pdf>

43. Стандарти залучення інвестицій та супроводу інвесторів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://investincherkasyregion.gov.ua/sites/default/files/standarty_zaluchennya_investyciy_ta_suprovodu_investoriv.pdf

44. Ткачук А.Ф. Стратегічне планування у громаді (навчальний модуль) Анатолій Ткачук, Василь Кашевський, Петро Мавко. – К. : ІКЦ «Легальний статус», 2016. – 96 с.

9. Інформаційні ресурси

1. Офіційний сайт Верховної Ради України // www.rada.gov.ua
2. Офіційний сайт Кабінету Міністрів України – www.kmu.gov.ua.
3. Офіційний сайт Міністерства економіки України – www.me.gov.ua.
4. Офіційний сайт Міністерства розвитку громад та територій – www.minregion.gov.ua
5. Офіційний сайт Державного комітету статистики України // www.ukrstat.gov.ua/
6. Офіційний сайт Міністерства фінансів України // www.minfin.gov.ua

10. Політика щодо академічної доброчесності

Політика щодо академічної доброчесності учасників освітнього процесу формується на основі дотримання принципів академічної доброчесності з урахуванням норм «Положення про академічну доброчесність у Національному університеті «Львівська політехніка» (затверджене вченою радою університету від 20.06.2017р., протокол №35), зокрема пунктів: 2.4.13.- 2.4.1.

11. Уніфікований додаток

Національний університет «Львівська політехніка» забезпечує реалізацію права осіб з інвалідністю на здобуття вищої освіти. Інклюзивні освітні послуги надає Служба доступності до можливостей навчання «Без обмежень», метою діяльності якої є забезпечення постійного індивідуального супроводу навчального процесу студентів з інвалідністю та хронічними захворюваннями. Важливим інструментом імплементації інклюзивної освітньої політики в Університеті є Програма підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників та навчально-допоміжного персоналу у сфері соціальної інклюзії та інклюзивної освіти.

Звертатися за адресою:

вул. Карпінського, 2/4, І-й н.к., кімн. 112

E-mail: nolimits@lpnu.ua

Websites: <https://lpnu.ua/nolimits> <https://lpnu.ua/integration>

12. Зміни та доповнення до робочої програми навчальної дисципліни

№ з/п	Зміст внесених змін (доповнень)	Дата і № протоколу засідання кафедри	Примітки
1			
2			
3.			
4			