

**ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА**

Коди тематичних рубрик
(Рубрикатор ДК 022:2008)
УДК 339.139:330.341.1

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з наукової роботи

А.П. Саміла

« » 01 2021 р.

ТЕМАТИЧНА КАРТКА

Назва науково-дослідної роботи: Маркетинговий підхід в контексті формування креативної економіки: теоретичні аспекти та прикладні рішення / Marketing approach in the context of creative economy formation: theoretical aspects and applied solutions.

Назва пріоритетного тематичного напрямку наукових досліджень і науково-технічних розробок: Фундаментальні дослідження з актуальних проблем суспільних та гуманітарних наук

Кафедра, науковий підрозділ: кафедра маркетингу, інновацій та регіонального розвитку

Науковий керівник: проф. Буднікевич Ірина Михайлівна / prof. Budnikevich Iryna Mykhaylivna

Термін виконання роботи: 2022-2026

Об'єкт НДР: Теоретичні засади та прикладний інструментарій застосування маркетингового підходу в контексті формування креативної економіки.

Предмет НДР: Організаційно-економічні механізми реалізації маркетингового підходу у процесах формування креативної економіки.

Мета роботи (українською та англійською мовами) і завдання: Мета роботи – комплексно дослідити теоретичні засади застосування маркетингового підходу у процесах формування креативної економіки, сформувати набір маркетингових технологій та інструментів для секторів креативної економіки та креативних студій, узагальнити світові практики та запропонувати прикладні рішення для ефективної взаємодії творчості, культури, економіки та технологій з метою адаптації до викликів соціально-економічних процесів, які відбуваються на глобальному, національному, регіональному та локальному рівнях.

The purpose of the work is to comprehensively investigate the theoretical foundations of the marketing approach in the formation of creative economy, to form a set of marketing technologies and tools for the creative economy and creative studios, to summarize world practices and offer practical solutions for effective interaction of creativity, culture, economy and technology for adaptation

to the challenges of socio-economic processes taking place at the global, national, regional and local levels.

Завдання роботи – дослідити та удосконалити теоретичні засади застосування маркетингового підходу у економіці нового типу, в основі якої лежать взаємозв'язки між творчістю, культурою, економікою та технологіями; проаналізувати чинники, проблеми, особливості, зарубіжний досвід використання маркетингових технологій та інструментів у процесах формування та розвитку суб'єктів креативної економіки; оновити, модифікувати та адаптувати маркетинговий інструментарій для суб'єктів різних сфер соціально-економічного середовища, в контексті особливостей та потреб креативної економіки; запропонувати механізми та прикладні рішення застосування та реалізації маркетингового підходу у процесах формування креативної економіки на глобальному, національному, регіональному та локальному рівнях.

Анотація: У межах визначеної науково-дослідної роботи заплановано комплексно дослідити суть маркетингового підходу до формування креативної економіки. Оновити, модифікувати, адаптувати маркетингові інструменти та технології, які можуть бути застосовані в процесах формування креативної економіки як на глобальному, так і на національному та регіональному рівнях, а також на рівні окремих суб'єктів різних сфер соціально-економічного середовища. При цьому планується проаналізувати різноманітні аспекти інтеграцію інструментів маркетингу у механізм формування креативної економіки на основі вивчення зарубіжного досвіду та особливостей функціонування вітчизняної економіки. Розробити маркетингові механізми розвитку, підтримки та популяризації креативних студій, генерування, створення та використання інтелектуального продукту, формування культурного, освітнього, конкурентного, підприємницького та інституційного середовищ, які генерують інновації. Сформулювати методики маркетингових досліджень: творчого, інтелектуального, соціального потенціалу регіону; освітніх та культурних потреб населення; напрямків розвитку креативних студій тощо. Окрему увагу буде приділено розробленню пропозицій щодо імплементації маркетингового підходу в стратегії соціально-економічного розвитку Чернівецької області та міста Чернівців, для вдосконалення їх креативної та інноваційної складових.

Summary: Within the framework of the determined research work it is planned to comprehensively investigate the essence of the marketing approach to the formation of the creative economy. Update, modify, adapt marketing tools and technologies that can be used in the process of forming a creative economy at the global, national and regional levels, as well as at the level of individual actors in various areas of socio-economic environment. It is planned to analyze various aspects of the integration of marketing tools into the mechanism of formation of the creative economy based on the study of foreign experience and the peculiarities of the domestic economy. Develop marketing mechanisms for the development, support and promotion of creative studios, generation, creation and use of intellectual products, the formation of cultural, educational, competitive, business

and institutional environments that generate innovation. To form methods of marketing research: creative, intellectual, social potential of the region; educational and cultural needs of the population; directions of development of creative studios, etc. Particular attention will be paid to the development of proposals for the implementation of the marketing approach in the strategy of socio-economic development of Chernivtsi region and the city of Chernivtsi, to improve their creative and innovative components.

Показники очікуваних результатів

1.	Статті у журналах, що входять до науково-метричних баз даних WoS, Scopus або Index Copernicus (для гуманітарного та соціоекономічного напрямів)	60
2.	Статті у закордонних журналах, що не увійшли до п.1.	5
3.	Статті у журналах, що входять до переліку фахових видань України та мають ISSN	10
4.	Тези доповідей у матеріалах міжнародних конференцій, що будуть опубліковані у закордонних виданнях мовами країн, що входять до ОЕСР, або офіційними мовами Європейського Союзу та індексуються науково-метричними базами даних WoS або Scopus (Index Copernicus для соціо-гуманітарних наук)	-
5.	Тези доповідей у матеріалах міжнародних та Всеукраїнських конференцій	40
6.	Охоронні документи	-
7.	Монографії або розділи монографій, що будуть опубліковані в українських виданнях	15 д.а.
8.	Монографії або розділи монографій, що будуть опубліковані у закордонних виданнях мовами країн, що входять до ОЕСР, або офіційними мовами Європейського Союзу	-
9.	Буде впроваджено наукові або науково-практичні результати НДР шляхом укладання господарчих договорів, грантових угод	-
10.	Буде захищено дисертації: кандидата наук (доктора філософії) доктора наук	1 -

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН РОБОТИ

<i>№ п/п</i>	<i>Зміст етапу</i>	<i>Термін виконання</i>	<i>Очікувані результати та звітна документація</i>
1.	Теоретичні засади застосування маркетингового підходу у економіці нового типу	2022 рік	Буде визначено та узагальнено теоретичні засади, на яких ґрунтуються маркетингові концепції формування креативної економіки. Звітна документація: - статті у журналах, що входять до науково-метричних баз – 12; - статті у закордонних журналах – 1; - статті у фахових виданнях – 2; - тези доповідей – 10 ; Інформаційний звіт.
2.	Аналіз чинників, проблем, особливостей, зарубіжного досвіду використання маркетингових технологій та інструментів у процесах формування та розвитку креативної економіки	2023 рік	Будуть визначені специфічні чинники, проблеми та секторальні особливості, що характеризують використання маркетингових технологій та інструментів у процесах формування та розвитку креативної економіки. Звітна документація: - статті у журналах, що входять до науково-метричних баз – 12; - статті у закордонних журналах – 1; - статті у фахових виданнях – 2; - тези доповідей – 8; Інформаційний звіт
3.	Розробка маркетингового інструментарію для суб'єктів різних сфер соціально-економічного середовища, в контексті особливостей та потреб креативної економіки	2024-2025 роки	Будуть запропоновані конкретні маркетингові інструменти, технології та заходи формування та розвитку креативної економіки, окреслені можливості їх впровадження у практику. Звітна документація: - статті у журналах, що входять до науково-метричних баз - 24 ; - статті у закордонних журналах - 2; - статті у фахових виданнях – 4; - тези доповідей - 14; Інформаційний звіт

<i>№ п/п</i>	<i>Зміст етапу</i>	<i>Термін виконання</i>	<i>Очікувані результати та звітна документація</i>
4.	Розробка механізмів та прикладних рішень застосування та реалізації маркетингового підходу у процесах формування креативної економіки з метою адаптації до викликів соціально-економічних процесів, які відбуваються на різних рівнях	2026 рік	Будуть розроблені пропозиції щодо імплементації маркетингового підходу в стратегії соціально-економічного розвитку Чернівецької області та міста Чернівців, в стратегії суб'єктів комерційної та некомерційної діяльності, у частині їх креативної та інноваційної складових. Звітна документація: - статті у журналах, що входять до науково-метричних баз – 12; - статті у закордонних журналах – 1; - статті у фахових виданнях – 2; - тези доповідей – 8; - монографії – 1 (15 д.а.); - захищено дисертацій – 1; Інформаційний звіт

Науковий керівник

Ірина БУДНІКЕВИЧ

***Рішення Ученої ради економічного факультету
від 28 січня 2022 р., протокол № 1***

Голова Ученої ради

Руслан БІЛОСКУРСЬКИЙ