

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІАКИ  
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Навчально-науковий інститут бізнесу та сучасних технологій  
Кафедра маркетингу

## СИЛАБУС

навчальної дисципліни

### «Соціально-етичний маркетинг»

на 2021-2022 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	2 курс
Освітня програма/спеціалізація	–
Спеціальність	–
Галузь знань	–
Ступінь вищої освіти	бакалавр

ПІБ НПП, які ведуть дану дисципліну,  
науковий ступінь і вчене звання,  
посада  
маркетингу

**Карпенко Наталія Володимирівна**  
д.е.н., професор  
професор кафедри

Контактний телефон	+38-050-614-74-57
Електронна адреса	knataliya54@gmail.com
Розклад навчальних занять	<a href="http://schedule.puet.edu.ua/">http://schedule.puet.edu.ua/</a>
Консультації	очна <a href="http://www.marketing.puet.edu.ua/">http://www.marketing.puet.edu.ua/</a> он-лайн: електронною поштою, у месенджерах
Сторінка дистанційного курсу	<a href="https://el.puet.edu.ua/">https://el.puet.edu.ua/</a>

#### Опис навчальної дисципліни

<b>Мета вивчення навчальної дисципліни</b>	Метою дисципліни є формування здатностей до ведення соціально-відповідальної маркетингової політики фірми, що орієнтована на збереження та розвиток суспільних цінностей
<b>Тривалість</b>	5 кредитів ECTS, 150 год. (лекції 20 год., практичні 40 год., самостійна робота 90 год.)
<b>Форми та методи навчання</b>	Лекції та практичні заняття в аудиторії та виїзні, самостійна робота поза розкладом
<b>Система поточного та підсумкового контролю</b>	Поточний контроль: відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; доповіді з рефератами та їх обговорення; тестування; поточна модульна робота Підсумковий контроль: залік (ПМК)
<b>Базові знання</b>	Наявність базових знань із загально-освітніх дисциплін.
<b>Мова викладання</b>	Українська

#### Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПР18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і	ЗК01. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. ЗК02. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.	<p>здорового способу життя.</p> <p>ЗК03. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК04. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК05. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК06. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК07. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> <p>СК03. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК04. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>

#### Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Модуль 1: Соціальна значущість маркетингу		
Тема 1. Соціальна сфера як об'єкт маркетингу і діловий партнер бізнесу. Характеристика ринків та маркетингу в соціальній сфері	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Предмет і завдання маркетингу в соціальній сфері. Маркетинг як соціальна техніка. Соціальна сфера як об'єкт маркетингу і діловий партнер бізнесу. Особливості маркетингу в соціальній сфері. Комерційні і некомерційні суб'єкти ринку. Товари суспільного споживання.
Тема 2. Стратегії та концепції соціального маркетингу. Маркетинг як соціальна техніка	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Концепції, моделі і напрямки соціального маркетингу як мистецтва конкурентоспроможності і як «адвокатури» споживача. Особливості конкуренції в соціальній сфері
Тема 3. Планування маркетингу в соціальній сфері. Соціально-значущі проекти і програми. Маркетинг соціально-значущої проблеми - CRM	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Планування маркетингу в соціальній сфері. Соціально-значущі проекти і програми. Основні напрямки соціальної діяльності комерційних і некомерційних організацій. Інструменти реалізації та способи оцінки соціальних програм. Маркетинг соціально-значущої проблеми - CRM
Тема 4. Соціальна компетентність і відповідальність. Соціальне партнерство.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Корпоративна соціальна відповідальність: програми і методи діяльності. Інструментарій соціальної компетентності і соціального партнерства
Тема 5. Розробка комплексу соціального маркетингу. Соціальні інновації	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти; поточна модульна робота	Комплекс соціального маркетингу. Методи просування соціально-значущого продукту. Життєвий цикл соціального продукту. Соціальні інновації, маркетинг інновацій (організації та проекти)
Модуль 2: Соціальні сфери застосування маркетингу		

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Модуль 1: Соціальна значущість маркетингу		
Тема 6. Маркетинг в сфері культури, традицій і прикладного народної творчості. Індустрія розваг. Шоу бізнес	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Управління маркетингом в соціальній сфері. Соціальні парадокси і ринок
Тема 7. Маркетинг в сфері послуг та некомерційний маркетинг. Види і технології послуг. Особливості маркетингу послуг. Некомерційний маркетинг. Маркетинг освіти.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Стратегії соціального маркетингу ідей, інтересів, організацій і тер ритор. Конкурси соціально-маркетингових кампаній і брендів. Маркетинг подій. Сфера послуг. Некомерційна діяльність. Некомерційний маркетинг: особливості планування та управління. Фандрайзинг. Волонтерська діяльність. Екологічний маркетинг.
Тема 8. Методи дослідження соціальної сфери Сегментування і позиціонування в соціальному маркетингу	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Маркетингова інформація про соціальну сферу. Маркетингові інформаційні системи. Специфіка соціально-маркетингових досліджень стилю життя, потреб і мотивів поведінки. Диференціювання соціально-значущих товарів і послуг.
Тема 9. Товаровиробництво як сфера соціально-значущих послуг	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування; творчі проекти	Соціальна концепція руху товару і збуту. Директ-маркетинг, CRM, маркетинг подій
Тема 10. Соціальне програмування та нейротехнології в маркетингу	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти; поточна модульна робота	Соціальне програмування поведінки і подій. Соціальна реклама та брендинг як технології соціального маркетингу. Використання пнейротехнологій у соціальній сфері.

### Інформаційні джерела

1. Буднікевич І. М. Маркетинг у галузях і сферах діяльності. К: ЦУЛ, 2017. 536 с.
2. Іванова Л. О., Семак Б.Б., Вовчанська О.М. Маркетинг послуг : навчальний посібник. Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с.
3. Зіновчук Н. В., Пашенко А.В. Екологічний маркетинг : навчальний посібник. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. 190 с.
4. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. К, КМ-Букс. 2018. 208 с.
5. Навчальний посібник «Маркетингова діяльність підприємства», за заг.ред.Косенко О.П., - Харків, НТУ «ХПІ», 2018. – 1008с.
6. Рега М. Г., Чучка І. М. Маркетинг галузей : навчальний посібник. Мукачево : РВЦ МДУ, 2015. - 228 с.
7. Смирнова Е.В. Экологический маркетинг // Практический маркетинг, 2010.

### Програмне забезпечення навчальної дисципліни

- Пакет програмних продуктів Microsoft Office.

#### Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання

- Політика щодо термінів виконання та перескладання: завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75 % від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). Перескладання модулів відбувається із дозволу провідного викладача за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- Політика щодо академічної доброчесності: списування під час виконання поточних модульних робіт та тестування заборонено (в т. ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття.
- Політика щодо відвідування: відвідування занять є обов'язковим компонентом. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі (Moodle) за погодженням із провідним викладачем.
- Політика збереження результатів неформальної освіти: <http://puet.edu.ua/uk/publicna-informaciya>

### Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-5): відвідування занять (8 балів); захист домашнього завдання (8 балів); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (8 балів); завдання самостійної роботи (8 балів); тестування (4 бали); поточна модульна робота (10 балів)	50
Модуль 2 (теми 6-10): відвідування занять (8 балів); захист домашнього завдання (8 балів); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (8 балів); завдання самостійної роботи (8 балів); тестування (4 бали); поточна модульна робота (10 балів)	50
Разом	100

### Шкала оцінювання здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	Відмінно
82-89	B	Дуже добре
74-81	C	Добре
64-73	D	Задовільно
60-63	E	Задовільно достатньо
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни