

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Навчально-науковий інститут денної освіти
Кафедра маркетингу

СИЛАБУС
навчальної дисципліни
«Соціально-етичний маркетинг»
на 2023-2024 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	2 курс
Освітня програма/спеціалізація	Маркетинг
Спеціальність	075 «Маркетинг»
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Ступінь вищої освіти	Молодший бакалавр

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

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

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

Опис навчальної дисципліни

Мета вивчення навчальної дисципліни	Метою дисципліни є формування здатностей до ведення соціально-відповідальної маркетингової політики фірми, що орієнтована на збереження та розвиток суспільних цінностей
Тривалість	5 кредитів ECTS, 150 год. (лекції 20 год., практичні 40 год., самостійна робота 90 год.)
Форми та методи навчання	Лекції та практичні заняття в аудиторії та виїзні, самостійна робота поза розкладом
Система поточного та підсумкового контролю	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)
Базові знання	Наявність базових знань із загально-освітніх дисциплін.
Мова викладання	Українська

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

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
ПР06. Дотримуватися правил безпеки та екологічних стандартів в процесі маркетингової діяльності. ПР15. Знати свої права і обов'язки як члена суспільства, розуміти цінності вільного демократичного суспільства, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. ПР16. Визначати досягнення і ідентифікувати цінності суспільства на основі розуміння місця предметної області у загальній системі знань, використовувати різні види та форми рухової активності для ведення здорового способу життя. ПР17. Уміння та навички адаптації набутих знань в різних сферах ведення бізнесу.	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 здорового способу життя. ЗК10. Здатність працювати в команді. ЗК11. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня.

	<p>ЗК12. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.СК03. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК07. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</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		
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 некомерційній 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 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 «ХП», 2018. – 1008с.
6. Рега М. Г., Чучка І. М. Маркетинг галузей : навчальний посібник. Мукачево : РВЦ МДУ, 2015. - 228 с.
7. Сутність та особливості зеленого маркетингу / Н.В. Карпенко, С.В. Мартинович // Актуальні питання розвитку економіки, харчових технологій та товарознавства : тези доповідей XLII Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2018 рік (м. Полтава, 26-27 березня 2019 р.) : у 2 ч. - Полтава : ПУЕТ, 2019. - Ч. 1. - 368 с. ; Ч. 2. - 358 с. Режим доступу: <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/8730>
8. Соціально-етичний маркетинг як стратегія ведення бізнесу / О.С. Костюк, І.І. Степанішин, М.Б. Читайло // Економіка і суспільство, № 14/2018. – Мукачівський державний університет. – с. 395-401. Режим доступу: https://economyandsociety.in.ua/journals/14_ukr/55.pdf
9. Social and Ethical Issues of Marketing: <https://courses.lumenlearning.com/trident-boundlessmarketing/chapter/social-and-ethical-issues/>
10. Ethical issues in social marketing: <https://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?referer=&httpsredir=1&article=1528&context=hbspapers>

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. http://puet.edu.ua/sites/default/files/polozhennya_pro_akademichnu_dobrochesnist_2020.pdf
- 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 зарахування результатів неформальної освіти: http://puet.edu.ua/sites/default/files/polozhennya_pro_zarahuvannya_rezultativ_neformalnovi_osvity_0.pdf

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