

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ

Навчально-науковий інститут денної освіти
Кафедра маркетингу

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

«Соціально-етичний маркетинг»

на 2026-2027 навчальний рік

| | |
|--------------------------------|------------------------------------|
| Курс та семестр вивчення | 2 курс, 2 семестр |
| Освітня програма/спеціалізація | «Маркетинг» |
| Спеціальність | D5 Маркетинг |
| Галузь знань | D Бізнес, адміністрування та право |
| Ступінь вищої освіти | 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, самостійна робота поза розкладом Інструктування, сторітелінг, інфографіка, творчі роботи, узагальнення і систематизації знань, частково-пошукові, генерації ідей, симуляційні, дискусійні, проблемно-рольові |
| Система поточного та підсумкового контролю | Поточний контроль: відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; 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 |
|--|--|
| 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 | 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 узагальній 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. ЗК03. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК04. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК05. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК06. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК07. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня |

| | |
|---|--|
| відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності. | (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. СК03. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК04. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності. |
|---|--|

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 народного 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 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

- Ethical issues in social marketing: <https://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?referer=&httpsredir=1&article=1528&context=hbspapers>
- Karpenko N. Entrepreneurial forms of interaction between market participants / N.V. Karpenko, M.M. Ivannikova // Електронне періодичне міждисциплінарне наукове видання «Підприємництво та управління розвитком соціально-економічних систем» № 2/2023 е. - НУ «Запорізька Політехніка», м. Запоріжжя. - 2023. - с.97-106. <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/13397>
- Social and Ethical Issues of Marketing: <https://courses.lumenlearning.com/trident-boundlessmarketing/chapter/social-and-ethical-issues/>
- Карпенко Н. В. Маркетинг в галузях та сферах економіки України / Н.В.Карпенко, М.М.Іваннікова, Т.М.Білоусько, В.М.Трайно, А.М.Захаренко-Селезньова // Полтавського університету економіки і торгівлі. 2022. - №2 (106). С.96-102 Index Sorepnicus <http://puet.poltava.ua/index.php/economics/article/view/152/144>
- Карпенко Н.В. Інноваційні маркетингові технології для підприємств малого бізнесу / Н.В. Карпенко, М.М. Іваннікова, Н.І. Яловега, Т.М. Білоусько, А.М. Захаренко-Селезньова // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія: Економічні науки. - Видавничий дім «Гельветика», 2023. - №3 (109). - С.46-53. Фахова. Режим доступу: <https://bit.ly/3RjCkb3>
- Карпенко Н.В., Іваннікова М.М. «Зелений маркетинг» як стратегія сталого розвитку підприємства /Економіко-соціальні відносини в галузі фізичної культури та сфері обслуговування: тези доп. VI Міжнар. наук.-практ. конф. (9–10 травня 2024 року, м. Львів) / за заг. ред. Н. Павленчик. – Львів: ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2024. – С.96-99.
- Карпенко, Н. В., Педченко, Н. С., Олексюк, О. І., Шафалюк, О. К., Іванова, Л. О., Вовчанська, О. М., ... & Захаренко-Селезньова, А. М. (2021). Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст. Частина 2. <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/13366>
- Костюк, О. С., Степанишин, І. І., & Читайло, М. Б. (2018). Соціально-етичний маркетинг як стратегія ведення бізнесу. *Економіка та суспільство*, (14), 395-401. <https://bit.ly/3CKhOvz>
- Ніщенко АС, Карпенко НВ Маркетингові підходи у вирішенні соціальних проблем суспільства/Наука і молодь у XXI сторіччі: збірник матеріалів X Міжнародної молодіжної науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 28 листопада 2024 року).–Полтава: ПУЕТ, 2025.–С. 391-393.
- 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>

Програмне забезпечення навчальної дисципліни

- Пакет програмних продуктів Microsoft Office.

Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання

Політика оцінювання здобувачів вищої освіти. 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).

Положення про організацію освітнього процесу <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/06/polozhennya-pro-organizacziyu-osvitnogo-proczesu.pdf>

Положення про порядок та критерії оцінювання знань, вмінь та навичок здобувачів вищої освіти https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_por_kryt_ocinyuvannya.pdf

Порядок ліквідації здобувачами вищої освіти академічної заборгованості <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/poryadok-likvidacziyi-zdobuvachamy-vyshhoyi-osvity-akademichnoyi-zaborgovanosti.pdf>.

Положення про повторне навчання https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/poloz_pro-povt-navch.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 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 онлайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття. В ПУЕТ діють:

Кодекс честі студента https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/kodeks_chesti_studenta.pdf.

Положення про академічну доброчесність https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_akadem_dobrochesnist.pdf

Положення про запобігання випадків академічного плагіату <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozhennya-pro-zapobigannyavypadkam-akademichnogo-plagiatu.pdf>.

Політика визнання результатів навчання визначена такими документами:

Положення про порядок перезарахування результатів навчання, здобутих в іноземних та вітчизняних закладах освіти https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_por_perezarah_rez_zvo.pdf.

Положення про академічну мобільність здобувачів вищої освіти https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozha_pro_akademichnu_mobilnist.pdf

Положення про порядок визнання результатів навчання здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozhennya-pro-poryadok-vyznannya-rezultativ-navchannya-zdobutyh-shlyahom-neformalnoi-ta-abo-informalnoi-osvity.pdf>; *інфографіка* (розділ Освіта/Організація освітнього процесу/Неформальна освіта) <https://puet.edu.ua/neformalna-osvita/>.

Політика вирішення конфліктних ситуацій:

Положення про правила вирішення конфліктних ситуацій <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozhennya-pro-pravyly-vyrishennya-konfliktnyh-sytuacij-u-puet.pdf>

Положення про апеляцію результатів підсумкового контролю у формі екзамену https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_pro-apel_pidscontr.pdf

уповноважена особа з питань запобігання та виявлення корупції <https://puet.edu.ua/zapobigannya-ta-protidiya-korupciyi/>

Політика підтримки учасників освітнього процесу:

Психологічна служба: <http://puet.edu.ua/psychologichna-pidtrymka-v-puet/>.

Студентський омбудсмен (Уповноважений з прав студентів) ПУЕТ <http://puet.edu.ua/other-divisions/studentskyj-ombudsmen-upovnovazhenyj-z-prav-studentiv-puet/>

Уповноважений з прав корупції <https://puet.edu.ua/zapobigannya-ta-protidiya-korupciyi/>

Безпека освітнього середовища: Інформація про безпечність освітнього середовища ПУЕТ наведена у вкладці «Безпека життєдіяльності» <http://puet.edu.ua/pro-puet/bezpeka-zhyttyvediyalnosti/>

Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

| Види робіт | Максимальна кількість балів |
|---|-----------------------------|
| Модуль 1 (теми 1-5): виконання практичних та індивідуальних завдань (40 балів); поточна модульна робота (10 балів) | 50 |
| Модуль 2 (теми 6-10): виконання практичних та індивідуальних завдань (40 балів); поточна модульна робота (10 балів) | 50 |
| Разом | 100 |

Система нарахування додаткових балів за видами робіт з вивчення навчальної дисципліни

| Форма роботи | Вид роботи | Бали |
|------------------|--|------|
| Науково-дослідна | Участь у студентській науковій конференції, науково-дослідному конкурсі тощо | 10 |

За додаткові види навчальних робіт студент може отримати не більше 10 балів. Додаткові бали додаються до загальної підсумкової оцінки за вивчення навчальної дисципліни, але загальна підсумкова оцінка не може перевищувати 100 балів.

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 |