




СИЛАБУС
навчальної дисципліни
«ВІДПОВІДАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ»



Спеціальність: 075 «Маркетинг»

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Статус дисципліни*	Навчальна дисципліна вибіркового компонента фахового переліку
Семестр	Весняний семестр
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/загальна кількість годин	3/90
Мова викладання (українська, англійська)	українська
Що буде вивчатися (предмет навчання)	Дана навчальна дисципліна є теоретичною та практичною основою сукупності знань та вмінь, що формують профіль фахівця у розумінні особливостей відповідального маркетингу.
Чому це цікаво/потрібно вивчати (мета)	Оволодіння теоретичних і базових знань, засвоєння основних положень та підходів щодо особливості використання інструментів відповідального маркетингу та застосовувати ці інструменти та методи у практичній діяльності.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Для вирішення ситуації, що склалася на сучасному вітчизняному ринку, підприємствам для успішного застосування відповідального маркетингу на практиці, необхідно вміти: запозичити та впровадити в діяльність іноземного досвіду; розвивати активну участі у благодійних програмах; припиняти дезінформування споживачів; вдосконалювати рекламні заходи компанії щодо корегування правил та норм їх реалізації, заборонити використання неправдивої інформації, обмежити тиск на морально-етичні цінності покупців, тощо. Впровадження відповідального маркетингу надасть наступні переваги: зміну ставлення споживачів до продукції та щодо підприємства загалом; підвищення конкурентоспроможності компанії на ринку; збільшення прибутку; зміцнення позицій серед спільноти; реалізацію власної інноваційної концепції відповідального маркетингу.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями (компетентності)	Сьогодні зовсім не обов'язково обирати між соціальною відповідальністю та збільшенням прибутків. Для стійкого розвитку та реалізації напрямків маркетингової діяльності необхідно удосконалити правову базу соціальної відповідальності, збільшити відповідальність та соціальну свідомість керівників, а також впровадити іноземний досвід.
Навчальна логістика	Зміст дисципліни: Відповідальний маркетинг та історія його розвитку. Макро- та мікро-вплив відповідального маркетингу. Товарна відповідальність. Цінова відповідальність.

	<p>Відповідальність розподілу. Комунікаційна відповідальність. Інтегрована відповідальність в маркетингу.</p> <p>Види занять: лекції, практичні</p> <p>Методи навчання: навчальна дискусія, словесні, наочні, практичні; проблемні; частково-пошукові (евристичні); дослідницькі (наукові доповіді, наукові повідомлення).</p> <p>Форми навчання: очна (offline, online), заочна</p>
Пререквізити	Знання з маркетингу, відповідального маркетингу
Пореквізити	Знання з управління відповідальним маркетингом на ринку товарів та послуг B2C, з управління відповідальним маркетингом на ринку товарів та послуг B2B, можуть бути використані під час вивчення курсів маркетингові дослідження, маркетингове ціноутворення, маркетингові комунікації та маркетинг промислового підприємства.
Інформаційне забезпечення з фонду та репозитарію НТБ НАУ	<p>Начальна та наукова література:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Акимов Д.И. Социальный маркетинг : монография / Д.И. Акимов. – К. : Наукова думка, 2008. – 144 с. 2. Березин И. Маркетинг и исследование рынков / И. Березин. – М., 2003. 3. Войчак А. Дослідження сучасної концепції маркетингу та маркетингового менеджменту / А. Войчак // Маркетинг в Україні. – 2009. – № 4. – С. 52-55. 4. Голубков Е.П. Основы маркетинга / Е.П. Голубков. – М., 1999. – 656 с. 5. Гордин В.Э. Социальная политика и социальный маркетинг / В.Э. Гордин. – СПб., 2003. 6. Дихтль Е. Практический маркетинг / Е. Дихтль, Х. Хершген. – М., 1995. 7. Захарова С. Кризис индустриализма и концепция социального маркетинга / С. Захарова // Социологические исследования. – 2003. – № 5 – С. 34-38. 8. Керівні принципи ООН для захисту інтересів споживачів [Електронний ресурс] // Генеральна Асамблея ООН. – Резолюція XXXIX сесії Генеральної Асамблеї ООН № 248 від 09.04.1985. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995_903. 9. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер; пер. с англ.; под общ. ред. и вступ. ст. Е.М. Пеньковой. – М. : Прогресс, 1990. – 736 с. 10. Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент / Ф. Котлер. – СПб. : Питер Ком, 1998. – 896 с. 10. Corporate Social Responsibility (CSR) : European Commission Strategy. [Електронний ресурс] / European Commission . - Режим доступу: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/corporate-social-responsibility/index_en.htm. 11. Carroll A. B. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders [Електронний ресурс] / Archie B. Carroll// Business Horizons. - Режим доступу: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/000768139190005G 13. Lantos G. The Boundaries of Strategic Corporate Social Responsibility [Електронний ресурс] / G. Lantos . - Режим доступу: http://faculty.stonehill.edu/glantos/Lantos1/PDF_Folder/Pub_arts_pdf/Strategic%20CSR.pdf <p>Робоча програма (посилання на репозитарій):</p>
Локація та матеріально-	Аудиторії теоретичного навчання, навчально-наукова лабораторія

технічне забезпечення	інформаційних систем маркетингу, мультимедійне обладнання
Семестровий контроль, екзаменаційна методика	Диференційований залік, тестування, практичне завдання
Кафедра	Маркетингу
Факультет	Факультет економіки та бізнес-адміністрування
Викладач(і)	 <p>Фісун Юлія Володимирівна Посада: старший викладач Профайл викладача: http://feba.nau.edu.ua/details-menu/34-kafedra-marketingu/sklad-kafedri-marketingu/169-fisun-yuliya-volodimirivna Тел.: +380(44) 406-77-43 E-mail: yuliiia.fisun@npp.nau.edu.ua Робоче місце: 2.202</p>
Оригінальність навчальної дисципліни	Авторський курс
Лінк на дисципліну	