



**Силабус навчальної дисципліни
«МАРКЕТИНГ СТАЛОГО РОЗВИТКУ»
Освітньо-наукової програми «Маркетинг»**

**Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність: 075 «Маркетинг»**

Рівень вищої освіти	Третій рівень вищої освіти (доктор філософії)
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна вибіркового компонента ОНП
Курс	2
Семестр	4
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/години	5 кредитів / 150 годин
Мова викладання	Українська
Що буде вивчатися (предмет вивчення)	Предметом маркетингу сталого розвитку є філософія і технології забезпечення збалансованості інтересів всіх сфер ринкових відносин як єдиної екосистеми (3Р-парадигма: Profit, People, Planet має забезпечувати стійкість кожного окремого бізнесу (мікрорівень))
Чому це цікаво/треба вивчати (мета)	Концепція маркетингу сталого розвитку базується на задоволенні потреб споживачів та трансформації глобального виробництва з дотриманням вимог одночасного піклування про суспільні потреби, включаючи боротьбу з екологічними та епідеміологічними проблемами, виважену технологізацію за активної участі держави тощо
Чому можна навчитися (результати навчання)	Результатами володіння дисципліни є: <ul style="list-style-type: none"> – оволодіння методикою проведення наукового дослідження щодо формування комплексу маркетингу в призмі завдань сталого розвитку; – розуміння методології сталого розвитку в призмі забезпечення кращої якості життя для всіх учасників ринкового обміну в рамках екологічних обмежень; – набуття знань з формування перспективних маркетингових стратегій і технологій управління стейкхолдерами; – формування фахових навичок з застосування сучасного маркетингового інструментарію для взаємопов'язаного вирішення комерційних, соціальних та екологічних завдань; – вміння розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з забезпечення сталого розвитку з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	Компетентності, які набуває слухач в результаті вивчення навчальної дисципліни: <ul style="list-style-type: none"> – здатність розуміння сутності, еволюції наукових поглядів, етимології наукових термінів, сучасних основних тенденцій та особливостей маркетингу сталого розвитку; – здатність до науково обґрунтованого формування збалансованого комплексу маркетингу в призмі його основних напрямків: споживачі, соціум, екологія, бережливо-раціональна алокація ресурсів; – здатність аналізувати і науково обґрунтовувати стратегічні напрямки розвитку ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням завдань сталого розвитку;

	<ul style="list-style-type: none"> – здатність до реалізації наукового розвитку маркетингових технологій з метою дослідження і розвитку соціально- екологічної компоненти товару (послуг); – здатність провести аналіз показників, які відбивають стан розвитку маркетингу сталого розвитку підприємства та формування його відповідних конкурентних переваг; – здатність комплексно оцінювати умови здійснення підприємницької діяльності, виявляти нові ринкові можливості та науково обґрунтовано формувати відповідні до принципів «зеленої економіки» якісно нові бізнес-моделі; – здатність оцінювати розвиток наукового підґрунтя та тенденцій маркетингу сталого розвитку.
<p>Навчальна логістика</p>	<p>Зміст дисципліни: Сутність, еволюція, наукові принципи, завдання та методи маркетингу сталого розвитку. Концептуальний підхід щодо дослідження сталого розвитку в геоекосистемі як домінанти наукових знань для формування сучасного маркетинг-міксу. Науково обґрунтоване формування сучасного механізму маркетингового менеджменту у відповідності до вимог «зеленої економіки». Стратегічний маркетинговий аналіз зовнішнього середовища з наступним розробленням та реалізацією стратегій маркетингу сталого розвитку. Системне управління лояльністю клієнтів. Системне дослідження інтеграції сучасних методів маркетингових та соціальних комунікацій. Модернізація маркетингової діяльності та відповідне підвищення стабільності економічної діяльності підприємства. Види занять: лекції, практичні, самостійна робота Методи навчання: проблемного навчання (проблемного викладення матеріалу, групова та індивідуальна дискусія з проблемних ситуацій); частково-пошуковий (евристичних запитань); дослідницький (наукові дослідження, доповіді та повідомлення). Форми навчання: Очний (offline, online), заочний</p>
<p>Пререквізити</p>	<p>базується на знаннях дисциплін з попереднього освітнього рівня, як то: «Стратегічний маркетинг», «Маркетинговий менеджмент», «Управління взаємовідносинами в маркетингу», «Соціальна відповідальність» «Рекламний менеджмент» та дисциплін наукового напрямку досліджень</p>
<p>Пореквізити</p>	<p>є додатковою базою для вивчення таких дисциплін, в напрямках маркетингових рішення в сфері міжнародного бізнесу, маркетингове моделювання соціально-економічних систем, маркетингове управління конкурентоспроможністю.</p>
<p>Інформаційне забезпечення з репозитарію та фонду НТБ НАУ</p>	<p>Бобровський А.Л. Екологічний менеджмент: підручник/ МОН України. – Суми: Університетська книга, 2016. – 586 с. Демяненко К.А. Екологічний менеджмент у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств: автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук : 08.00.04/ МОН України, Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. – Київ, 2018. – 20 с. Князева Т.В. Міжнародна екологічна політика: теорія, методологія, сценарії розвитку: Монографія. – Херсон: ПП Вишемирський В.С., 2014. – 384 с.</p>

Локація та матеріально-технічне забезпечення	2 корпус, аудиторії 2.202, 2.205 та ін. Обладнання: проектор, комп'ютери з доступом до Інтернету Програмне забезпечення: MDOOffice	
Семестровий контроль, екзаменаційна методика	Диф залік	
Кафедра	Кафедра маркетингу	
Факультет	Факультет економіки та бізнес-адміністрування	
Викладач(і)		Колесник Максим Віталійович Посада: доцент кафедри маркетингу Вчене звання: доцент Науковий ступінь: к.е.н Профайл викладача: http://feba.nau.edu.ua/details-menu/34-kafedra-marketingu/sklad-kafedri-marketingu/166-kolesnik-maksim-vitalijovich Тел.: +380 (44) 406-77-43, 406-70-8 E-mail: maks.vit.koles@gmail.com Робоче місце: 2.203
Оригінальність навчальної дисципліни	Оригінальність дисципліни забезпечується її спрямованістю, відповідністю цілям та завданням наукового обґрунтування сучасного маркетингу сталого розвитку для управління соціальними системами (соціум, екологія, ринок, організація тощо), що також забезпечує дифузю принципів та методів цього маркетингу для розвитку інших наукових напрямків та дисциплін	
Лінк на дисципліну		