

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ  
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ  
Кафедра маркетингу та реклами**

**СИЛАБУС**

**МАРКЕТИНГ СТАЛОГО РОЗВИТКУ /  
MARKETING OF CONSTANT DEVELOPMENT**

<b>Інформація про викладача</b>	
Викладач	Бондаренко Валерій Михайлович
Науковий ступінь	доктор економічних наук
Вчене звання	професор
Посада	професор кафедри маркетингу та реклами
Адреса кафедри	м. Вінниця, вул. Соборна, 87, корп. 1, ауд. 28
Контактний телефон	(0432) 55-04-02
Е-mail:	<a href="mailto:bondarenkovalm@gmail.com">bondarenkovalm@gmail.com</a> ; <a href="mailto:BondarenkoVM@vtei.com.ua">BondarenkoVM@vtei.com.ua</a>
Електронна сторінка курсу в системі дистанційного навчання	Доступна за посиланням: <a href="http://sun.vtei.com.ua/course/view.php?id=557">http://sun.vtei.com.ua/course/view.php?id=557</a>
Консультації	Відповідно до графіку індивідуальних консультацій: Понеділок, п'ятниця 10-00 – 15.00 за адресою кафедри маркетингу та реклами. Також можливі консультації шляхом листування через електронну пошту, зокрема, що стосується погодження планів та змісту наукових робіт, індивідуальних науково-дослідних завдань тощо.
<b>Інформація про дисципліну</b>	
Освітній ступінь	–
Галузь знань	Для усіх галузей знань
Спеціальність	Для усіх спеціальностей
Освітня програма	–
Навчальний рік	2022-2023
Семестр	–
Факультет	–
Курс	–
Групи	–
Анотація курсу	<p>Метою вивчення дисципліни «Маркетинг сталого розвитку» є формування у здобувачів вищої освіти системних теоретичних знань і практичних навичок щодо впровадження стандартів сталого розвитку на різних рівнях маркетингового стратегічного управління.</p> <p>Реалізація мети вимагає трансформації програмних результатів навчання в дисциплінарні та адекватний відбір змісту навчальної дисципліни за цим критерієм. Знання та вміння, отримані здобувачами вищої освіти в результаті вивчення дисципліни «Маркетинг сталого розвитку», будуть потрібні їм при проходженні виробничої практики, написанні випускних кваліфікаційних робіт і в подальшій професійній діяльності.</p>
Мова викладання	українська

### Місце дисципліни в освітній програмі

Освітня програма (ОП)	–
Перелік компетентностей	<p>Здатність розуміти фундаментальні принципи сталого розвитку, уміння використовувати набір кількісних показників по досягненню цілей сталого розвитку на різних рівнях маркетингового стратегічного управління</p> <p>Здатність до прийняття обґрунтованих маркетингових рішень, що забезпечують довгострокову сталість та конкурентоспроможність суб'єкта господарювання</p> <p>Здатність до планування і організації маркетингу суб'єкта господарювання в ланцюгах створення вартості, орієнтованих на сталий розвиток</p> <p>Здатність до розуміння інноваційних підходів щодо здійснення маркетингової діяльності суб'єкта господарювання з метою досягнення цілей сталого виробництва і сталого споживання</p>
Перелік програмних результатів навчання	<p>Вміти аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів сталого розвитку, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності</p> <p>Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції суб'єкта господарювання на принципах сталого розвитку</p> <p>Критично осмислювати ключові елементи маркетингової діяльності для їх адаптації до цілей сталого розвитку</p> <p>Вміти розв'язувати складні проблеми управління сталим розвитком організації на основі маркетингу</p> <p>Розробляти маркетингові дії для посилення руху сталого споживання</p> <p>Вміти аналізувати потреби та мотивацію до сталої поведінки покупців на різних видах ринків</p>
Пререквізити дисципліни	–

### Тематичний план та оцінювання результатів навчання

Тематичний план (схема вивчення курсу)	Теми	Кількість годин			Форми контролю
		Всього/кред.	з них		
			лекції	практ.	
Тема 1. Сутність концепції сталого розвитку	18	4	4	10	УО, ПО, Т, СУН
Тема 2. Стратегія сталого розвитку країн ЄС і України	18	4	4	10	Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
Тема 3. Складові моделі сталого розвитку	20	4	4	12	УО, ПО, Т, Р, ДК
Тема 4. Система маркетингу сталого розвитку	22	4	4	14	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
Тема 5. Добровільні стандарти сталого розвитку в маркетинговій діяльності	20	4	4	12	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
Тема 6. Методи та інструменти маркетингового управління сталим розвитком підприємства	20	2	2	16	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
Тема 7. Методи та інструменти маркетингового управління сталим розвитком на регіональному рівні	20	4	4	12	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК

	Тема 8. Формування бренду території в умовах сталого розвитку	22	4	4	14	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
	Тема 9. Конкуренція територій у розвитку на національному рівні	20	4	4	12	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
	<b>Разом за семестр</b>	180/6	34	34	112	
	<b>Підсумковий контроль</b>	екзамен				
	<b>Умовні позначення:</b> УО – усне опитування; ІЗ – індивідуальне завдання; ПО – письмове опитування; СУН – система управління навчанням Moodle; Т – тестування; ДК – розрахунки та дослідження з використанням комп'ютера. Р – реферат;					
Поточний контроль / критерії оцінювання	1. За кожне практичне заняття – 4 бали (17 занять *4 бали) = 68 бали 2. Самостійна робота студента – 32 балів Разом за семестр - 100 балів. На практичному занятті оцінюються: відповіді здобувачів, участь у дискусіях – 1 бал; розв'язування задач/ситуацій, правильність розрахунків – 2 бали; письмові відповіді, доповіді на визначену тематику – 1 бал. Оцінювання самостійної роботи: - підготовка наукових статей, наукових публікацій та участь з доповідями у студентських конференціях і семінарах – 20 балів; - виконання індивідуального завдання – 10 балів; - робота в системі дистанційної освіти MOODLE – 2 бали.					
Основні літературні та інформаційні джерела	1. Палехова Л. Л. Управління сталим розвитком: довідник базових понять: навч. посіб. Дніпро: НТУ «Дніпровська Політехніка», 2020. 330 с. 2. Швець В. Я., Палехова Л. Л. Вимірювання та управління сталістю: Підручник. – Дніпро: НТУ «Дніпровська політехніка», 2020. 408 с. 3. Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року : Указ Президента України № 722/2019 від 30.09.2019. 4. Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020». Схвалено Указом Президента України від 12 січня 2015 року № 5/2015.					
<b>Політика дисципліни</b>						
Організація навчання	Викладання курсу передбачає поєднання традиційних форм аудиторного та самостійного навчання, з елементами електронного навчання, в якому використовуються спеціальні інформаційні технології, такі як система управління навчанням «MOODLE»; платформа: PROMETHEUS; платформа: COURSERA; інтерактивні елементи; онлайн консультування тощо. Під час сесії формат очний (offline / Face to face).					
Відпрацювання пропусків занять	Пропущені практичні заняття студент повинен відпрацювати під час індивідуально-консультативної роботи з викладачем. Студент, який бажає відпрацювати пропущене заняття, повинен мати при собі: - допуск з деканату на відпрацювання пропущеного заняття; - конспект, в якому міститься індивідуальна робота за відповідною темою; - довідку про проходження тестів по темі, яку було пропущено, у СУН «MOODLE» з дисципліни «Маркетинг сталого розвитку»; Завершальним етапом відпрацювання пропущеного заняття є усне опитування студента по даній темі.					

<p>Допуск до підсумкового контролю</p>	<p>Підсумкове оцінювання результатів навчання студента здійснюється у формі екзамену.  Умови допуску до підсумкового контролю:  - мінімальна кількість балів, яку повинен набрати студент – 35;  - відпрацювати усі пропущені заняття;  - не мати академічної заборгованості за попередній семестр.  У разі, якщо здобувач вищої освіти бажає поліпшити свою оцінку, або не набрав 75 балів, він складає екзамен з усієї програми навчальної дисципліни у вигляді письмового опитування знань згідно завдань встановленого зразка.  Результат виконання екзаменаційних завдань оцінюється з урахуванням результатів у співвідношенні 80:20, де 80 – максимальна оцінка за виконання екзаменаційного завдання, 20 – результат поточної успішності відповідно до шкали переведу поточної роботи для врахування її при підсумковій оцінці.</p>
<p>Академічна доброчесність</p>	<p>Для забезпечення академічної доброчесності студентам необхідно дотримуватися Положення про дотримання академічної доброчесності педагогічними та науково-педагогічними працівниками та здобувачами освіти ВТЕІ КНТЕУ. Доступна за посиланням: <a href="http://www.vtei.com.ua/doc/2019/ud/pol/2.pdf">http://www.vtei.com.ua/doc/2019/ud/pol/2.pdf</a>.  Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 12%. Списування під час екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування.</p>
<p>Інші складові політики дисципліни</p>	<p>Усі завдання з дисципліни «Маркетинг сталого розвитку» мають бути виконані у встановлений термін.  Різні моделі роботи на практичних заняттях (індивідуальна, в парах, в мікро-групах, групах) над вирішенням завдань дають можливість студентам якнайширше розкрити свій власний потенціал, навчитись довіряти своїм партнерам, розвинути навички інтелектуальної роботи в команді.  Дисципліна «Маркетинг сталого розвитку» передбачає інтенсивне використання інформаційних технологій навчання, що дають можливість студентам та викладачу спілкуватись один з одним у будь-який зручний для них час, а для студентів, які відсутні на заняттях - отримати необхідну навчальну інформацію та представити виконані завдання.  Протягом усього курсу активно розвиваються автономні навички студентів, які можуть підготувати додаткову інформацію за темою, що не увійшла до переліку тем практичних занять та виступити з презентацією чи доповіддю додатково (оцінюється окремо).</p>

Затверджено на засіданні кафедри маркетингу та реклами 02.11.2021 №16

Науково-педагогічний працівник

Завідувач кафедри




Валерій БОНДАРЕНКО

Ірина ПОЛЩУК