

**Силабус навчальної дисципліни  
«Соціально етичний маркетинг»**

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування

Спеціальність: 075 Маркетинг

Освітня програма: Маркетинг

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

Курс: 4

Семестр: 8

<b>Факультет</b>	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
<b>Кафедра</b>	Маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
<b>Викладач(-і)</b>	<b>ПІБ:</b> Гуменюк Алла Валеріївна <b>Посада:</b> доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом <b>E-mail:</b> <a href="mailto:gumenyuk.a@udpu.edu.ua">gumenyuk.a@udpu.edu.ua</a>
<b>Лінк на освітній контент дисципліни</b>	<a href="https://moodle.dls.udpu.edu.ua/course/index.php?categoryid=158">https://moodle.dls.udpu.edu.ua/course/index.php?categoryid=158</a>
<b>Статус дисципліни</b>	Навчальна дисципліна вибіркового компонента
<b>Загальний обсяг дисципліни: кредити ЄКТС / години</b>	4/120
<b>Обсяг дисципліни (години) та види занять</b>	<b>Денна форма:</b> лекції (20год.), практичні (20год.), самостійна робота (80год.) <b>Заочна форма:</b> лекції (бгод.), практичні (бгод.), самостійна робота (108 год.)
<b>Політика дисципліни</b>	<b>Академічна доброчесність.</b> Очікується, що здобувачі вищої освіти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається Кодексом академічної доброчесності Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини. <b>Відвідування занять.</b> Відвідування занять є важливою складовою освітнього процесу. Очікується, що здобувачі вищої освіти відвідають всі лекції і семінарські (практичні) заняття курсу. Пропуски семінарських (практичних) занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку. Здобувач вищої освіти зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття упродовж двох тижнів з дня пропуску його. <b>Креативна ініціатива здобувача вищої освіти.</b> Здобувачі вищої освіти мають можливість за власною ініціативою підготувати доповіді до визначених робочою програмою тем семінарських (практичних) занять на основі пошуку та огляду наукових публікацій за заданою проблематикою дисципліни, поглибленому опрацюванні окремих лекційних тем або питань; при виконанні ІНДЗ самостійно вибирають його тему та творчо підходять до його вирішення.
<b>Що будемо вивчати?</b>	Курс розроблено таким чином, щоб надати необхідні знання щодо функціонування соціально-етичного маркетингу в умовах ринкової економіки.
<b>Чому це треба вивчати?</b>	Формування необхідних знань з соціального маркетингу, концепцій соціального управління, застосування принципів соціально-етичного маркетингу у практичній діяльності з метою задоволення потреб споживачів.
<b>Яких результатів можна досягнути?</b>	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань усфері маркетингу. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності. Показати вміння щодо розробки маркетингової політики підприємства.
<b>Як можна використати набуті знання та уміння?</b>	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. 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. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. Здатність працювати в міжнародному контексті. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

	Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.
<b>Зміст дисципліни</b>	Соціально-етичний маркетинг як нова філософія підприємництва. Соціальна відповідальність у маркетингу. Основні принципи соціально-етичного маркетингу. Трансформація концепцій управління ринковою діяльністю. Соціальна відповідальність бізнесу та етика управлінських рішень. Особливості концепції соціальної відповідальності в маркетингу. Концепція корпоративної соціальної відповідальності у маркетингу: сутність та історія становлення. Взаємозв'язок соціально-етичного маркетингу та корпоративної соціальної відповідальності.
<b>Обов'язкові завдання</b>	Забезпечити майбутніх фахівців теоретичним базисом, вмінням організувати та координувати ринкову діяльність з різноманітними категоріями населення в маркетинговій системі підприємства.
<b>Міждисциплінарні зв'язки</b>	Митна справа, Митне регулювання.
<b>Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу : монографія / за ред. С.М. Ілляшенка. Суми : Університетська книга, 2008. 614 с.</li> <li>2. Акімов Дмитро. Соціальний маркетинг: предмет і основні типи. <i>Соціологія: теорія, методи, маркетинг</i>. 2009. № 1.</li> <li>3. Акімов Д. И. Социальный маркетинг . Киев : Наукова думка, 2008. 143 с.</li> <li>4. Павленко А. Ф., Войчак А. В. Маркетинг : підручник : затв. МОН України / МОН України, Київський нац. економічний ун-т. Київ : КНЕУ, 2003. 246 с.</li> </ol>
<b>Поточний контроль</b>	Виконання завдань семінарських (практичних) занять, тестування. Загальна система оцінювання за навчальною дисципліною визначається розділом 7 Положення про організацію освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини – <i>види та критерії оцінювання відображені в робочій програмі з дисципліни.</i>
<b>Підсумковий контроль</b>	Залік Порядок та організація контролю знань здобувачів вищої освіти, зокрема умови допуску до підсумкового контролю визначаються розділом 7 Положення про організацію освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла

Розробник



(Гуменюк Алла Валеріївна)