

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ СТАЛОГО РОЗВИТКУ»

Освітня програма: «Маркетинг».

Статус: фахова вибіркова навчальна дисципліна (ВК 1).

Навчальний рік: 2023-2024 н. р., I семестр.

Мета вивчення дисципліни – формування у здобувачів освітньо-наукового рівня (доктор філософії) системних теоретичних знань і практичних навичок щодо впровадження стандартів сталого розвитку на різних рівнях маркетингового стратегічного управління.

Завдання дисципліни: набуття теоретичних знань щодо сутності фундаментальних принципів сталого розвитку, уміння використовувати набір кількісних показників по досягненню цілей сталого розвитку через маркетингове управління.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен знати: принципи сталого розвитку та основні положення «Стратегії сталого розвитку України до 2030 року», сучасні тенденції до багатомірності концепції сталого розвитку; зміст та елементи стратегії сталого розвитку ЄС та України; завдання маркетингу для досягнення цілей сталого розвитку в контексті розвитку людського потенціалу і соціальних цінностей та вдосконалення екологічної політики на різних рівнях управління ринковою діяльністю; особливості маркетингової складової в програмах переходу підприємств до сталого розвитку; розуміння інноваційних підходів щодо здійснення маркетингової діяльності суб'єкта господарювання з метою досягнення цілей сталого виробництва і сталого споживання; досвід європейських країн з використання добровільних стандартів сталого розвитку в маркетингу.

вміти: здійснювати маркетингові виміри та оцінка процесу глобалізації сталого розвитку; виробляти науково обґрунтовані маркетингові рішення, що забезпечують довгострокову сталість та конкурентоспроможність суб'єкта господарювання, мати здатність до планування і організації маркетингу суб'єкта господарювання в ланцюгах створення вартості, орієнтованих на сталий розвиток; критично осмислювати ключові елементи маркетингової діяльності для їх адаптації до цілей сталого розвитку, розв'язувати складні проблеми управління сталим розвитком організації на основі маркетингу, розробляти маркетингові дії для посилення руху сталого споживання, аналізувати потреби та мотивацію до сталої поведінки покупців на різних видах ринків, проводити дослідження на відповідному рівні, уміння працювати в команді.

Зміст дисципліни.

Тема 1. Сутність концепції сталості розвитку ринку.

Тема 2. Стратегія сталого розвитку країн ЄС і України.

Тема 3. Складові моделі та завдання маркетингу сталого розвитку ринку.

Тема 4. Система маркетингу сталого розвитку

Тема 5. Добровільні стандарти сталого розвитку в маркетинговій діяльності.

Викладацький склад:

Лектор: д.е.н., професор, зав. кафедри маркетингу та логістики Макаренко Н.О.

Викладач практичних занять: д.е.н., професор, зав. кафедри маркетингу та логістики Макаренко Н.О.

Тривалість: 5 кредитів ECTS, 10 тижнів, 5 годин на тиждень.

Оцінювання: поточне оцінювання – 2 модульні контролі, підсумковий контроль – іспит.