

АНОТАЦІЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Цикл: фахової підготовки для спеціальності 075 «Маркетинг»

Статус: вибіркового освітнього компонента

Курс 2, 3 семестр.

Мета вивчення дисципліни: – формування системних теоретичних знань і практичних навичок щодо впровадження стандартів сталого розвитку на різних рівнях маркетингового стратегічного управління.

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у здобувачів **фахових компетентностей**, передбачених відповідною освітньо-науковою програмою:

- здатність інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингових принципів сталого розвитку та практики їх застосування;
- здатність використовувати набір кількісних показників по досягненню цілей сталого розвитку на різних рівнях маркетингового стратегічного управління;
- здатність до планування і організації маркетингу суб'єкта господарювання в ланцюгах створення вартості, орієнтованих на сталий розвиток;
- розуміння інноваційних підходів щодо здійснення маркетингової діяльності суб'єкта господарювання з метою досягнення цілей сталого виробництва і сталого споживання;
- критично осмислювати ключові елементи маркетингової діяльності для їх адаптації до цілей сталого розвитку.

У результаті вивчення освітнього компонента здобувач повинен бути здатним продемонструвати такі **результати навчання**, передбачених освітньо-науковою програмою:

- адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення ринковими суб'єктами цілей сталого розвитку;
- уміння виробляти науково обґрунтовані маркетингові рішення, що забезпечують довгострокову сталість та конкурентоспроможність суб'єкта господарювання;
- 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.

ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ

Тема 1. Сутність концепції політики сталості розвитку ринку.

Тема 2. Стратегії сталого розвитку: маркетингова оцінка світового досвіду.

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 кафедри маркетингу та логістики Макаренко Н.О.

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

Тривалість: 5 кредитів ECTS, 13 тижнів, 5 години на тиждень.

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