

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
Кафедра маркетингу та реклами**

СИЛАБУС

**МАРКЕТИНГ СТАЛОГО РОЗВИТКУ /
SUSTAINABLE DEVELOPMENT MARKETING**

Інформація про викладача	
Викладач	Довгань Юрій
Науковий ступінь	кандидат економічних наук
Вчене звання	доцент
Посада	доцент
Адреса кафедри	м. Вінниця, вул. Соборна, 87, каб. 28
Контактний телефон	(0432) 55-04-02
E-mail:	y.dovhan@vtei.edu.ua
Електронна сторінка курсу в системі дистанційного навчання	https://m.vtei.edu.ua/course/view.php?id=153
Інформація про освітній компонент	
Статус компоненту	вибірковий
Освітній ступінь	магістр
Навчальний рік	2024/2025
Анотація курсу	Метою вивчення ОК «Маркетинг сталого розвитку» є формування у здобувачів вищої освіти системних теоретичних знань і практичних навичок щодо впровадження стандартів сталого розвитку на різних рівнях маркетингового управління.
Мова викладання	Українська
Результати навчання	Приймати рішення в управлінні маркетингом сталого розвитку; проектувати системи маркетингового сталого розвитку; координувати взаємовідносини між учасниками маркетингу сталого розвитку; оцінювати економічну ефективність функціонування маркетингу сталого розвитку; здійснювати інформаційну підтримку в управлінні маркетингом сталого розвитку.

Тематичний план та оцінювання результатів навчання

Теми	Кількість годин				Форми контролю	Бальна оцінка
	всього	з них				
		лекції	практ.	СРС		
Тема 1. Сутність концепції сталого розвитку	18	4	4	10	В, УД, РЗ	5
					В, РМГ, РПЗ, КТ	5
Тема 2. Стратегія сталого розвитку країн ЄС і України	18	4	4	10	В, УД, Д	5
					В, РМГ, РПЗ, КТ	5
Тема 3. Складові моделі сталого розвитку	18	4	4	10	В, УД, П	5
					В, РМГ, РПЗ, КТ	5
Тема 4. Система маркетингу сталого розвитку	18	4	4	10	В, УД, П	5
					В, К, РМГ, КТ	5
Тема 5. Добровільні стандарти сталого розвитку в маркетинговій діяльності	16	4	4	8	В, УД, П	5
					В, РМГ, РПЗ, КТ	5
Тема 6. Методи та інструменти маркетингового управління сталим розвитком підприємства	17	2	2	13	В, РМГ, РПЗ, КТ	5
Тема 7. Методи та інструменти маркетингового управління сталим розвитком на регіональному рівні	16	4	4	8	В, УД, П	5
					В, РМГ, К, КТ	5
Тема 8. Формування бренду території в умовах сталого розвитку	16	4	4	8	В, УД, П	5
					В, РМГ, РПЗ, КТ	5
Тема 9. Конкуренція територій у розвитку на національному рівні	16	4	4	8	В, УД, П	5
					В, РМГ, РПЗ, КТ	5
	27			27	ІЗ	15
Всього	180/6	34	34	112		100
Підсумковий контроль – екзамен						

Поточний контроль / критерії оцінювання

Перелік умовних позначень форм контролю та оцінка їх у балах:

В – відповідь на практичних заняттях – 1 бал.
 УД – участь у дискусії – 2 бали.
 РМГ – робота в малих групах – 1 бал.
 РЗ – розв’язування задач – 2 бали.
 РПЗ – розв’язання практичних завдань – 2 бали.
 КТ – комп’ютерне тестування – 1 бал.
 Т – тестування – 1 бал.
 К – кейс-стаді – 2 бали.
 Д – доповідь – 2 бали.
 П – презентація – 2 бали.
 ІЗ – індивідуальні завдання – 15 балів (курси на платформі Prometheus або на інших сервісах – 5 балів; участь у наукових заходах – 10 балів).
Загальна сума за поточну навчальну роботу (аудиторну та самостійну) за семестр – 100 балів.

Основні літературні та інформаційні джерела	<p>1. Довгань Ю.В., Середницька Л.П. Маркетинг сталого розвитку : досвід ЄС. <i>Економіка та суспільство</i>. 2023. № 49. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2354 (дата звернення 30.01.2024).</p> <p>2. Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року : Указ Президента України № 722/2019 від 30.09.2019. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/722/2019#Text (дата звернення 30.01.2024).</p> <p>3. Проєкт стратегії сталого розвитку «Україна – 2030». URL: https://cutt.ly/TwtmOxXY (дата звернення 30.01.2024).</p> <p>4. Палехова Л.Л. Управління сталим розвитком : довідник базових понять : навч. посіб. Дніпро : НТУ «Дніпровська Політехніка», 2020. 330 с.</p> <p>5. Швець В.Я., Палехова Л.Л. Вимірювання та управління сталістю : Підручник. Дніпро : НТУ «Дніпровська політехніка», 2020. 408 с.</p>
Політика освітнього компоненту	
Організація навчання	<p>Організація навчання здійснюється відповідно до Положення про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти. Викладання освітнього компоненту передбачає поєднання традиційних форм аудиторного та самостійного навчання, з елементами електронного навчання, в якому використовуються спеціальні інформаційні технології, такі як СУН Moodle; освітні онлайн-платформи (Prometheus, Coursera, Дія. Освітні серіали та інші); інтерактивні елементи; онлайн-консультування тощо.</p>
Відпрацювання пропусків занять	<p>Пропущені лекційні та практичні заняття здобувач вищої освіти повинен відпрацювати під час індивідуально-консультативної роботи з викладачем. Здобувач вищої освіти, який бажає відпрацювати пропущене заняття, повинен мати при собі конспект, в якому міститься домашня робота за відповідною темою, а також здійснити проходження тестів по темі, яку було пропущено, у СУН Moodle. Завершальним етапом відпрацювання пропущеного заняття є проведення викладачем опитування здобувача за темою в усній або письмовій формі.</p>
Допуск до підсумкового контролю	<p>Підсумковий контроль – екзамен. До екзамену допускаються всі здобувачі, які набрали за результатами поточної роботи протягом семестру 60 балів. Результат підсумкового контролю (екзамен) з освітнього компоненту для здобувачів очної форми навчання визначається як середньоарифметична сума балів поточної роботи та екзамену.</p> <p>Кращим здобувачам, які повністю виконали програму з освітнього компоненту, виявили активність в науково-дослідній роботі за відповідною тематикою, стали призерами студентських олімпіад, виступали на конференціях та за результатами поточної роботи набрали 90 і більше балів, науково-педагогічний працівник має право виставити результат екзамену без опитування (при усному екзамені) чи виконання екзаменаційного завдання (при письмовому екзамені).</p>
Академічна доброчесність	<p>Для забезпечення академічної доброчесності здобувачам вищої освіти необхідно дотримуватися Положення про дотримання академічної доброчесності педагогічними і науково-педагогічними працівниками та здобувачами вищої освіти.</p>

Інші складові політики компоненту	На підсумковий контроль виносяться тестові завдання, теоретичні питання, задачі / ситуаційні вправи, що передбачають перевірку розуміння здобувачами вищої освіти програмного матеріалу освітнього компоненту в цілому та рівня досягнення відповідних результатів навчання. Екзамени проводяться за білетами, складеними науково-педагогічними працівниками та розглянутими на засіданні кафедри і затвердженими завідувачем кафедри.
-----------------------------------	--

Затверджено на засіданні кафедри протокол № 03 від 15.01.2024

Науково-педагогічний працівник



Юрій ДОВГАНЬ

Завідувач кафедри маркетингу та реклами



Ірина ПОЛЩУК