

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

СИЛАБУС

МАРКЕТИНГ СТАЛОГО РОЗВИТКУ /
MARKETING FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT

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
Е-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	2025/2026
Анотація курсу	Метою вивчення курсу «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, Т	5
Тема 2. Стратегія сталого розвитку країн ЄС і України	18	4	4	10	В, УД, Д	5
					В, РМГ, РПЗ, Т	5
Тема 3. Складові моделі сталого розвитку	18	4	4	10	В, УД, П	5
					В, РМГ, РПЗ, Т	5
Тема 4. Система маркетингу сталого розвитку	18	4	4	10	В, УД, П	5
					В, К, РМГ, Т	5
Тема 5. Добровільні стандарти сталого розвитку в маркетинговій діяльності	16	4	4	8	В, УД, П	5
					В, РМГ, РПЗ, Т	5
Тема 6. Методи та інструменти маркетингового управління сталим розвитком підприємства	17	2	2	13	В, РМГ, РПЗ, Т	5
Тема 7. Методи та інструменти маркетингового управління сталим розвитком на регіональному рівні	16	4	4	8	В, УД, П	5
					В, РМГ, К, Т	5
Тема 8. Формування бренду території в умовах сталого розвитку	16	4	4	8	В, УД, П	5
					В, РМГ, РПЗ, Т	5
Тема 9. Конкуренція територій у розвитку на національному рівні	16	4	4	8	В, УД, П	5
					В, РМГ, РПЗ, Т	5
Індивідуальне завдання	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.
 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 компонента	
Організація навчання	Організація навчального процесу здійснюється відповідно до Положення «Про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти». Розроблено завдання для практичних занять з курсу, при викладанні застосовуються сучасні методи навчання; при виконанні завдань використовується автоматизована система управління навчанням MOODLE, передбачено виконання ситуаційних завдань та самостійної роботи. Зараховуються результати неформальної освіти.
Відпрацювання пропусків занять	Відпрацювання пропущених занять з поважних та неповажних причин здійснюється шляхом проведення викладачем опитування здобувача за темою в усній або письмовій формі.
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 компонента для здобувачів очної форми навчання визначається як середньоарифметична сума балів поточної роботи та екзамену.</p> <p>Кращим здобувачам, які повністю виконали програму з освітнього компонента, 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	Положення про академічну доброчесність науково-педагогічних, педагогічних працівників та здобувачів вищої освіти.

Інші складові політики компонента	Обов'язковою умовою формування фахових компетенцій здобувача є розвиток soft skills (м'яких навичок), а саме розвиток ефективних комунікацій, креативності, гнучкого і критичного мислення, що можливо за рахунок виконання самостійної роботи здобувача, а саме участі з доповідями у студентських конференціях, семінарах, гуртках, дискусійних клубах, проходження онлайн курсів (наприклад «Prometheus», «Coursera»), тренінгів з тематики курсу.
-----------------------------------	---

Затверджено на засіданні кафедри протокол № 17 від 16.12.2024

Науково-педагогічний працівник



Юрій ДОВГАНЬ

Завідувач кафедри маркетингу та реклами



Ірина ПОЛІЩУК