



**Силабус навчальної дисципліни**  
**«Соціальний маркетинг»**

<b>Спеціальність</b>	<i>075 Маркетинг</i>
<b>Освітня програма</b>	<i>ОПП «Маркетинг»</i>
<b>Освітній рівень</b>	<i>Першій (бакалаврський)</i>
<b>Статус дисципліни</b>	<i>обов'язкова</i>
<b>Мова викладання</b>	<i>Українська</i>
<b>Курс / семестр</b>	<i>3 курс, бсеместр</i>
<b>Кількість кредитів ЄКТС</b>	<i>4</i>
<b>Розподіл за видами занять та годинами навчання</b>	<i>Лекції – 24 год.</i>
	<i>Практичні – 24 год.</i>
	<i>Самостійна робота – 72 год.</i>
<b>Форма підсумкового контролю</b>	<i>Диференційований залік</i>
<b>Кафедра</b>	<i>Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу, 108*А, <a href="https://nupr.edu.ua/page/kafedra-yekonomiki-pidpriemnistva-ta-marketingu.html">https://nupr.edu.ua/page/kafedra-yekonomiki-pidpriemnistva-ta-marketingu.html</a></i>
<b>Викладачі</b>	<i>Григор'єва Олеся Володимирівна, к.е.н., доцент</i>
<b>Контактна інформація викладачів</b>	<i>fem.grygireva@nupr.edu.ua</i>
<b>Дні занять</b>	<i>За розкладом, відповідно до графіку навчального процесу</i>
<b>Консультації</b>	<i>Аудиторія 108*А відповідно до графіку</i>
<b>Мета навчальної дисципліни</b> – вивчення концептуальних основ і технологій маркетингової діяльності в соціальній сфері, принципів соціальної відповідальності та компетентності, методів соціального партнерства; ознайомлення студентів з особливостями соціального маркетингу в комерційній та некомерційній сферах; формування навичок соціальної компетентності у прийнятті рішень; освоєння інноваційних маркетингових технологій у соціальній сфері; вивчення інструментарію дослідження у сфері соціального маркетингу; виявлення специфіки взаємодії між державою, товариством і некомерційними структурами; надання уявлення про основні методи впливу на цільові аудиторії у сфері соціального маркетингу; ознайомлення з існуючими проблемами в розвитку соціального маркетингу у світі.	
<b>Програмні результати навчання</b>	
P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.	
P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.	
P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.	
P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.	
P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.	
P15. 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.	



P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

P19. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини між органами місцевого самоврядування, бізнесом та громадою.

#### Передумови для навчання

Попередньо опановані дисципліни: маркетинг, основи креативного мислення.

#### Індивідуальне завдання

Не передбачено

#### Зміст навчальної дисципліни

**Тема 1.** Сутність і зміст соціального маркетингу. **Тема 2.** Основні види соціального маркетингу. **Тема 3.** Організація маркетингового управління соціальною сферою. **Тема 4.** Соціальна відповідальність бізнесу. **Тема 5.** Маркетингові дослідження в соціальній сфері. **Тема 6.** Сегментування і позиціонування в соціальному маркетингу. **Тема 7.** Розробка комплексу соціального маркетингу. **Тема 8.** Особливості комунікацій в соціальному маркетингу. **Тема 9.** Соціальний маркетинг в системі місцевого самоврядування.

#### Сторінка курсу на платформі Moodle

<https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=2537>

#### Рекомендовані джерела

1. Маркетинг. Навч. Посібник. За ред. Ковальчук С.В. К.: КОНДОР, 2019. 688 с.
2. Ромат Є.В. Соціально-етичний маркетинг. Монографія. К.:КНТЕУ, 2017.371 с.
3. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність. Навч. посіб. Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». 2015. 180 с.
4. Кузьмін О. Є., Пирог О. В., Чернобай Л. І., Станасюк Н. С., Пасінович І. І. Соціальна відповідальність: практичний аспект. Навчальний посібник. К.: Видавничий дім «Кондор», 2020. 244 с.
5. Олтаржевський Д. О. Соціальна реклама: навчальний посібник. К.: Центр вільної преси, 2016. 120 с.
6. Минко Л.М. Соціальна відповідальність маркетингу. Економіка та суспільство. 2022. №44
7. V. Dubishchev, O. Hryhorieva, I. Makarenko. Social responsibility of authorities and local self-government in support of integrated development of territories. Економіка і регіон. № 2 (73). 2019. с.22-28

#### Система оцінювання результатів навчання

Загальна трудомісткість дисципліни – 100 балів, із них до 70 балів студент може отримати впродовж семестру за результатами поточного контролю, решта 30 балів припадає на підсумковий контроль. Студент, який повністю виконав програму навчальної дисципліни і отримав достатню рейтингову оцінку (не менше 35 балів), допускається до підсумкового контролю з дисципліни.

Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в робочій навчальній програмі

#### Накопичування балів з навчальної дисципліни

Види навчальної роботи	Мах кількість балів
Виконання робіт поточного контролю	30
Виконання завдань на практичних заняттях	40
Диференційований залік	30
<b>Максимальна кількість балів</b>	<b>100</b>

#### Відповідність шкали оцінювання ЄКТС національній системі оцінювання та шкалі оцінювання Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90 - 100	A	відмінно



82 - 89	B	добре
74 - 81	C	
64 - 73	D	задовільно
60 - 63	E	
35 - 59	FX	незадовільно
1 - 34	F	

#### **Політика навчальної дисципліни**

Вивчення навчальної дисципліни потребує роботи з інформаційними джерелами, підготовки до лекцій і практичних занять, виконання усіх завдань згідно з навчальним планом.

Підготовка до практичних занять передбачає: ознайомлення з питаннями, які виносяться на заняття з відповідної теми; вивчення лекційного матеріалу. Рішення практичних завдань повинно демонструвати ознаки самостійності виконання здобувачем такої роботи, відсутність ознак повторюваності та плагіату.

Присутність здобувачів вищої освіти на практичних і лекційних заняттях є обов'язковою, важливою також є їх участь в обговоренні всіх питань теми. Пропущені заняття мають бути відпрацьовані. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися до учасників процесу навчання, дотримуватися дисципліни й часових (строкових) параметрів навчального процесу.

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у робочій програмі навчальної дисципліни (<https://dist.nupp.edu.ua/mod/resource/view.php?id=2537>).

Силабус затверджено на засіданні кафедри економіки, підприємництва та маркетингу  
Протокол від «28» серпня 2023 року № 13