

Код та назва дисципліни	1-D5-075-1-08 Маркетинг некомерційних організацій / Marketing of non-profit organizations
Рекомендується для галузі знань (спеціальності, освітньої програми)	Для усіх спеціальностей
Кафедра	Маркетингу та логістики
П.І.П. НПП (за можливості)	
Рівень ВО	перший (бакалаврський)
Курс, семестр (в якому буде викладатись)	
Мова викладання	українська
Пререквізити (передумови вивчення дисципліни)	-
Чому це цікаво/треба вивчати	Некомерційна сфера України зіткнулася з викликами, найвагоміші з яких пов'язані з обмеженими фінансовими можливостями, зниженням кількості некомерційних організацій, що співпрацюють з волонтерами та мають постійний персонал, посиленням конкурентних відносин. Некомерційний маркетинг у світі набуває інтенсивного розвитку, проте маркетинг суб'єктів приватного неприбуткового сектору в Україні знаходиться на етапі становлення. Опановування дисципліни надає змоги реалізувати свій аналітичний та креативний потенціал у розробці іміджу та бренду неприбуткових організацій
Перелік тем з дисципліни	Формування та розвиток некомерційної сфери в контексті маркетингових перспектив. Зарубіжний та вітчизняний досвід маркетингової діяльності некомерційних організацій сфер культури і дозвілля, освіти та досліджень, охорони здоров'я, соціальних послуг, природного довкілля, права, адвокатури і політики, благодійних, волонтерських, міжнародних та релігійних організацій, підприємницьких і професійних організацій та спілок
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	Після успішного вивчення курсу студенти зможуть застосовувати найкращі практики територіального маркетингу, які зарекомендували себе на прикладі успішних, розвинутих в економічному, соціальному, науковому, туристичного плані регіонів у світовому масштабі, оволодіють інструментами та прийомами для розробки стратегічних рішень в сфері формування та просування іміджу територій
Очікувані результати навчання	Будування бренду як важливого компоненту для створення ефективної маркетингової стратегії для будь-якої неприбуткової організації, просування громадської організації в Інтернеті, налаштування стратегії контенту на різних платформах соціальних мереж, таких як Instagram, Facebook, YouTube, Twitter та інші, використовувати медіа-контакти на свою користь, висвітлювати історії та новини в різних ЗМІ, використовуючи кращі практики сторітелінгу, виходити з певної організаційної кризи. Складання маркетингового та промоційного плану співпраці проектами, щорічними кампаніями, певними заходами, подіями чи суміжними кампаніями
Інформаційне забезпечення	Підручники, конспекти, статті, монографії
Види навчальних занять	Лекції, практичні та семінарські заняття
Вид семестрового контролю	диференційований залік
Максимальна кількість здобувачів	Не обмежена