

Код та назва дисципліни	1-075-8 Маркетинг некомерційних організацій
Рекомендується для галузі знань ² (спеціальності, освітньої програми)	075 Маркетинг
Кафедра (зазначати офіційний шифр)	маркетингу та міжнародного менеджменту
П.І.П. НПП (за можливості)	Шевченко Т.С.
Рівень ВО	перший (бакалаврський)
Курс, семестр (в якому буде викладатись) ³	4 курс
Мова викладання	українська
Пререквізити ⁴ (передумови вивчення дисципліни)	Попереднє вивчення дисципліни «Маркетинг»
Що буде вивчатися	Формування та розвитк 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, адвокати і політики, благодійних, волонтерських, міжнародних та релігійних організацій, підприємницьких і професійних організацій та спілок
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. Опанування дисципліни надасть змоги реалізувати свій аналітичний та креативний потенціал у розробці іміджу та бренду неприбуткових організацій
Чого можна навчитися (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
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
Інформаційне забезпечення	Іванечко Н. Р., Хрупович С.С. Контекстна реклама: метрики і KPI. Галицький економічний вісник. Тернопіль: ТНТУ, 2019. Том 61. № 6. С. 79–84. URL: http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/31588 Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2021. - 180 с.
Види навчальних занять (лекції, практичні, семінарські, лабораторні заняття тощо)	Лекції, практичні та семінарські заняття
Вид семестрового контролю	Диференційований залік
Максимальна кількість здобувачів ⁵	-
Мінімальна кількість здобувачів ⁵ (тільки для мовних та творчих дисциплін)	-

Декан факультету

Тетяна ГРИНЬКО