

Код та назва дисципліни	1-ф06-29 Соціально-етичний маркетинг
Рекомендується для галузі знань (<i>спеціальності, освітньої програми</i>)	економічні та неекономічні спеціальності
Кафедра (<i>вказати офіційний шифр</i>)	маркетингу та міжнародного менеджменту
П.І.П. НПП (<i>за можливості</i>)	Зінченко О.А.
Рівень ВО	перший (бакалаврський)
Курс, семестр (<i>в якому буде викладатись</i>)	4
Мова викладання	українська
Пререквізити (<i>передумови вивчення дисципліни</i>)	-
Що буде вивчатися	Сутність соціально-етичного маркетингу; концепція соціально-етичного маркетингу; напрямки соціально-етичного маркетингу; аналіз впливу соціально-етичного маркетингу на відношення споживачів; організація та управління соціально-етичного маркетингу.
Чому це цікаво/треба вивчати	Формується система теоретичних знань та практичних навичок з технології соціально-етичного маркетингу в інтересах фізичних та юридичних осіб; опановуються вміння враховувати вплив соціально-етичного маркетингу на прийняття управлінських рішень та здійснення ефективного управління відповідно до сучасних вимог.
Чому можна навчитися (<i>результати навчання</i>)	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію; визначати потреби споживачів та їх задоволення ефективніше, ніж конкуренти, з урахуванням інтересів усіх членів суспільства (оптимізація використання обмежених природних ресурсів, без заподіяння шкоди довкіллю та ін.).
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (<i>компетентності</i>)	Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту соціально-етичного маркетингу; здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах соціально-етичного маркетингу.
Інформаційне забезпечення	Корнійчук Д., [Електронний ресурс]. – Режим доступу:: https://biz.nv.ua/ukr/experts/navishcho-biznesu-sotsialnij-marketingh-2495706.html?utm_content=set_lang Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. - 347 с. Marketing [Electronic resource]. – Access mode: www.MarketingMix.com.ua : www.marketingmix.com.ua
Види навчальних занять (<i>лекції, практичні, семінарські, лабораторні заняття тощо</i>)	Лекції, практичні заняття
Вид семестрового контролю	диференційований залік
Максимальна кількість здобувачів	-
Мінімальна кількість здобувачів	-

Декан факультету

Тетяна ГРИНЬКО