Код та назва дисципліни	**1-ф06-3 Соціально-етичний маркетинг**
Рекомендується для галузі знань (спеціальності, освітньої програми)	*Для спеціальностей усіх галузей знань*
Кафедра	маркетингу та міжнародного менеджменту
П.І.П. НПП (за можливості)	Зінченко О.А.
Рівень ВО	перший (бакалаврський)
КУРС, семестр	«Курс: 4», «Семестр: будь-який»
Мова викладання	українська
Пререквізити (передумови вивчення дисципліни)	знання з «Маркетингу», «Основ маркетингу»
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 влив соціально-етичного маркетингу на прийняття управлінських рішень та здійснення ефективного управління відповідно до сучасних вимог.
Чому можна навчитися (результати навчання)	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 (компетентності)	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-marketinh-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 (лекції, практичні, семінарські, лабораторні заняття тощо)	Лекції, практичні заняття
Вид семестрового контролю	диференційований залік
Максимальна кількість здобувачів	Не обмежена
Мінімальна кількість здобувачів (для мовних та творчих дисциплін)	

Декан факультету економіки _____ *Тетяна ГРИНЬКО*