

Код та назва дисципліни	1-075-8 <b>Маркетинг некомерційних організацій</b>
Рекомендується для галузі знань (спеціальності, освітньої програми)	075 Маркетинг
Кафедра	маркетингу та міжнародного менеджменту
П.І.П. НПП (за можливості)	Смирнова Т.А.
Рівень ВО	перший (бакалаврський)
Курс, семестр (в якому буде викладатись)	«Курс: 4», «Семестр: будь-який»
Мова викладання	українська
Пререквізити (передумови вивчення дисципліни)	знання з «Маркетингу»
Що буде вивчатися	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
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 надає змоги реалізувати свій аналітичний та креативний потенціал у розробці іміджу та бренду неприбуткових організацій
Чого можна навчитися (результати навчання)	Будування бренду як важливого компонента 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.Є. Контекстна реклама: метрики і КРІ. Галицький економічний вісник. Тернопіль: ТНТУ, 2019. Том 61. № 6. С. 79–84. URL: <a href="http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/31588">http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/31588</a> 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 та семінарські заняття
Вид семестрового контролю	диференційований залік
Максимальна кількість здобувачів	Не обмежена
Мінімальна кількість здобувачів	