

# ЕКОЛОГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

## 1. Мета, основні завдання та предмет дисципліни.

**Мета навчальної дисципліни** полягає у формуванні системного мислення та знань щодо прийняття екологічно коректних управлінських рішень на всіх ієрархічних рівнях здійснення господарської діяльності.

**Завдання** навчальної дисципліни:

- вивчення організаційних механізмів оптимізації взаємодії людини і довкілля;
- оволодіння основами економіки та організації природокористування і природоохоронної діяльності;
- усвідомлення місця сучасного менеджменту в екології;
- набуття навичок із вирішення організаційних і технологічних завдань екологічного менеджменту й аудиту;
- засвоєння особливостей проведення екологічного менеджменту й аудиту;
- вивчення екологічних проблем України та основних шляхів їх подолання;
- оцінювання впливу різних галузей діяльності на довкілля;
- формування засад екологічної етики, освіти, культури.

**Предмет дисципліни** - методологія та інструментарій процесу прийняття та оптимізації актуальних еколого-економічних завдань у системі екологічного менеджменту.

## 2. Загальні, фахові компетентності, програмні результати навчання.

Згідно з вимогами Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» та освітньо-професійної програми «Маркетинг» РДГУ для другого (магістерського) рівня вищої освіти дисципліна забезпечує набуття здобувачами вищої освіти загальних та фахових компетентностей.

**Загальні компетентності:**

ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

**Фахові компетентності:**

СК 7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.

**Очікувані результати навчання:**

Р 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.

Р 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.

Р 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.

Р 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.

Р 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

### **3. Тематичний план дисципліни.**

Тема 1. Предмет, об'єкт та головні задачі курсу „Екологічний менеджмент”. Економічний механізм екологічного управління.
Тема 2. Основні поняття сучасної екології. Класифікація забруднень екосистем.
Тема 3. Характеристика основних компонентів довкілля.
Тема 4. Екологічні проблеми в Україні.
Тема 5. Екологічний менеджмент на підприємстві. Нова парадигма підприємницької діяльності.
Тема 6. Механізм реалізації екологічного менеджменту на підприємстві.
Тема 7. Екологічний менеджмент і аудит - передумова ухвалення обґрунтованих еколого-економічних рішень на підприємстві
Тема 8. Завдання, причини, вигоди, об'єкти та суб'єкти екологічного аудиту.
Тема 9. Екомаркетинг, екологічні лізинг і страхування.
Тема 10. Екологічне ліцензування. Екологічна експертиза

**4. Дисципліна викладається кафедрою менеджменту.**

**5. Викладацький склад:** А. Бобровський, к.т.н., с.н.с. ВАК, професор кафедри менеджменту.

### **6. Основна література:**

1. Бобровський А. Л. Екологічний менеджмент: підручник. Суми: ВТД «Університетська книга», 2009.

2. Бобровський А. Л. Питання оцінки впливу на навколишнє середовище: монографія. Рівне: ТОВ «Принт Хауз», 2014.

3. Бобровський А. Л. Екологічна оцінка та експертиза: підручник для студ. вищих навч. закладів. Рівне: О.Зень, 2015.