

Назва дисципліни	Екологічний маркетинг
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	3 кредити / 90 годин
Вид підсумкового контролю	залік
Викладач (і)	Микитин Тарас Миронович
Профайл викладача (ів) на сайті кафедри, в соцмережі	https://sites.google.com/rshu.edu.ua/kafedramen/%D0%BF%D1%80%D0%BE-%D0%BA%D0%B0%D1%84%D0%B5%D0%B4%D1%80%D1%83/%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2-%D0%BA%D0%B0%D1%84%D0%B5%D0%B4%D1%80%D0%B8?authuser=0 https://www.facebook.com/tapac.m
E-mail викладача:	taras.mykytyn@rshu.edu.ua
Мова викладання	українська
Консультації	Очні консультації: на кафедрі згідно з графіком консультацій

Цілі навчальної дисципліни

Мета: формування у майбутніх магістрів маркетингу сучасної системи поглядів і спеціальних знань у екологічного маркетингу та підготовка до практичного застосування цих знань у державних установах та на підприємствах регіонального й локального рівнів.

Завданням навчальної дисципліни є формування знань із екологічної політики і відповідних зобов'язань, а також в реалізації природоохоронного законодавства, оцінювання ефективності, повноти і обґрунтованості заходів, що вживаються для охорони навколишнього природного середовища на об'єкті використання екологічного маркетингу як складової менеджменту та екологічних інновацій для реалізації природоохоронного законодавства.

Згідно з вимогами Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг та освітньо-професійної програми «Маркетинг» РДГУ дисципліна забезпечує набуття здобувачами вищої освіти таких 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:

СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування;

СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен

Р4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації;

Р6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними;

Р8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу;

Р13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.

Р14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні

відносини з іншими суб'єктами ринку.

Передумови вивчення дисципліни для формування програмних результатів навчання та компетентностей

Ефективність засвоєння змісту дисципліни «Екологічний маркетинг» значно підвищиться, якщо здобувач вищої освіти попередньо пройшов підсумкову атестацію у вигляді написання та захисту бакалаврської кваліфікаційної роботи.

Мотивація здобувачів вищої освіти полягає:

- формування почуття задоволення від пізнання нового;
- усвідомлення розширення власних перспектив у плані знайомства з дійсністю, відкриття невідомих сторін оточуючої дійсності – закономірностей творчості;
- формування стійкої тенденції до продовження креативної діяльності;
- вузькі соціальні мотиви (прагнення отримати схвалення, посісти гідне місце в соціальній групі, підтвердити свій статус, підвищити рівень креативності, артистизму);
- мотиви соціального співробітництва, спілкування з іншими людьми упродовж здобуття вищої освіти.

Спільна (групова) діяльність здобувачів вищої освіти при вивченні дисципліни «Екологічний маркетинг» може бути:

- 1) за рівнем навчальних можливостей здобувачів – гомогенною та гетерогенною;
- 2) за особливостями розподілу навчальних завдань – однорідною, диференційованою, кооперованою, індивідуально груповою;
- 3) за часом функціонування – пролонгованою та локальною.

Самостійна діяльність здобувачів вищої освіти при вивченні курсу передбачає:

- підготовку до аудиторних занять та опрацювання матеріалу практичних робіт;
 - вивчення окремих тем або питань змістового модуля, які у Робочій програмі винесено на самостійне опрацювання;
 - виконання диференційованих завдань;
 - підготовку рефератів та реферативних повідомлень, виступів на заняттях;
 - виконання завдань для самоконтролю, що передбачає розв'язання практичних завдань, проходження тестів, відповідей на питання тощо;
- виконання творчих завдань, передбачених дисципліною.

Перелік тем

1. Поняття та роль екологічного маркетингу
2. Ринок екологічних товарів
3. Товарна політика у екологічному маркетингу.
4. Цінова політика у екологічному маркетингу.
5. Збутова політика у екологічному маркетингу.
6. Комунікаційна політика у екологічному маркетингу.
7. Маркетинг природно-заповідних територій.

Рекомендована література та інформаційні ресурси

Базова

1. Вічевич А.М., Вайданич Т.В., Дідович І.І., Дідович А.П. Екологічний маркетинг: навч. посібник. / А.М. Вічевич, Т.В. Вайданич, І.І. Дідович, А.П. Дідович – Львів: УкрДЛТУ, 2002. – 248с.
2. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підручник. – Київ: Лібра, 2004. -712с.
3. Герасимчук З.В., Микитин Т.М., Якимчук А.Ю. Маркетинг природно-заповідних територій. Монографія. Луцьк: ЛНТУ, 2012. -245с
4. Зіновчук Н.В., Ращенко А.В. Екологічний маркетинг: Навчальний посібник. –Житомир: Вид-во ЖДУ ім.. І.Франка, 2015. -190с.

Допоміжна

5. Ottman, J Green Marketing: Opportunity for Innovation/ NTC Business Books, 1998 - 270 p. .

6. Peattie, K. Green Marketing/ Pitman, 1992 - 344 p.
7. Гладунов О.В, Дейнега І.О., Дейнега О.В. Маркетинг: Навчальний посібник. –Рівне: Волинські обереги, 2013. -336с.
8. Садченко О.В. Теоретико-методологічні засади екологічного маркетингу: автореф. дис...д-ра екон.наук: спец. 08.08.01 / О.В. Садченко НАН України. Ін-т пробл. ринку та екон.-екол. дослідж. — О., 2005. — 39 с.
9. Концепції екологічного маркетингу// Економічний вісник НГУ. –Дніпропетровськ. -2009 № 3, с. 71-79.
10. Кожушко Л.Ф. Екологічний менеджмент: Підручник / Л.Ф Кожушко, П.М. Скрипчук. – К.: ВЦ «Академія», 2007. – 432 с.

Інформаційні (інтернет) ресурси

1. Електронна бібліотека РДГУ. URL: <http://server.rdgu-dkm.rv.ua/library/>.
2. osvita.ua. URL: https://osvita.ua/vnz/reports/econom_pidpr/.
3. Сайт Верховної ради України. URL: <http://www.rada.com.ua>.
4. Он-лайн бібліотека для студентів. URL: <https://www.twirpx.com/>.
5. Додаток Google AdWords. URL: <https://ads.google.com>.
6. Законодавство України : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
7. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського – 03039, м. Київ, вул.40- річчя Жовтня 3.
8. Національна парламентська бібліотека України – 01001, Україна, м. Київ, вул. Грушевського, 1.

Технічне й програмне забезпечення / обладнання

Ноутбук, персональний комп'ютер, мобільний пристрій (телефон, планшет) з підключенням до Інтернет для:

- комунікації та опитувань;
- виконання домашніх завдань;
- виконання завдань самостійної роботи;
- проходження тестування (поточний, модульний, підсумковий контроль).

Види та методи навчання і оцінювання

Код компетентності (згідно ОПП)	Назва компетентності	Код програмного результату навчання	Назва програмного результату навчання	Методи навчання*	Методи оцінювання результатів навчання**
ЗК1.	Здатність приймати обґрунтовані рішення	P4.	Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.	МН1 МН2 МН4 МН6	МО2 МО6 МО10
		P6.	Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними	МН1 МН2 МН3, МН4 МН6	МО2 МО6 МО10
ЗК2.	Здатність генерувати нові ідеї (креативність)	P4	Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.	МН1 МН2 МН3 МН4 МН6	МО2 МО6 МО10

		P13	Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.	MН1 MН2 MН4 MН6	MO2 MO6 MO10
ЗКЗ.	Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.	P8	Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.	MН1 MН2 MН3 MН4 MН6	MO2 MO6 MO10
		P14	Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.	MН1 MН2 MН3 MН4 MН6	MO2 MO6 MO10
СК2.	Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування	P6	Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.	MН1 MН2 MН3 MН4 MН6	MO2 MO6 MO10
СК7.	Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків	P4	Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.	MН1 MН2 MН3 MН4 MН6	MO2 MO6 MO10
		P14	Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.	MН1 MН2 MН3 MН4 MН6	MO2 MO6 MO10

* MН1 – словесний метод (лекція, дискусія, співбесіда тощо); MН2 – практичний метод (лабораторні та практичні заняття); MН3 – наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); MН4 – робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); MН5 – відеометод у поєднанні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); MН6 – самостійна робота (розв'язання програмних завдань); MН7 – індивідуальна науково-дослідна робота студентів.

** MO1 – екзамени; MO2 – усне або письмове опитування; MO3 – колоквиум; MO4 – тестування; MO5 – командні проекти; MO6 – реферати, есе; MO7 – презентації результатів виконаних завдань та досліджень; MO8 – студентські презентації та виступи на наукових заходах; MO9 – захист лабораторних і практичних робіт; MO10 – залік.

**Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти при вивченні дисципліни
«Екологічний маркетинг»**

Поточне тестування та самостійна робота							Сума
модуль 1						модуль 2 ІНДЗ	
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	20
7	7	7	7	7	7	8	
Модульний контроль - 30							100

№ з.п.	Вид навчальної діяльності	Оціночні бали	Кількість балів
T1	Виконання завдань та участь у дискусії під час практичного заняття. Виконання завдань самостійної роботи.	3 4	7
T2	Виконання завдань та участь у дискусії під час практичного заняття. Виконання завдань самостійної роботи.	3 4	7
T3	Виконання завдань та участь у дискусії під час практичного заняття. Виконання завдань самостійної роботи.	3 4	7
T4	Виконання завдань та участь у дискусії під час практичного заняття. Виконання завдань самостійної роботи.	3 4	7
T5	Виконання завдань та участь у дискусії під час практичного заняття. Виконання завдань самостійної роботи.	3 4	7
T6	Виконання завдань та участь у дискусії під час практичного заняття. Виконання завдань самостійної роботи.	3 4	7
T7	Виконання завдань та участь у дискусії під час практичного заняття. Виконання завдань самостійної роботи.	3 5	8
<i>Модульний контроль</i>		-	30
<i>ІЗ</i>		-	20
Разом:		100	

**Система та критерії оцінювання
у Рівненському державному гуманітарному університеті**

Еквівалент оцінки в балах для кожної окремої теми / виду діяльності може бути різний, загальну суму балів за тему визначено в розподілі балів, які отримують здобувачі вищої освіти при вивченні дисципліни.

Результат освітньої діяльності здобувача вищої освіти оцінюється згідно Положення про оцінювання знань і умінь здобувачів вищої освіти РДГУ за такими рівнями та критеріями:

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка в ЄКТС	Значення оцінки ЄКТС	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка за національною шкалою	
					екзамен	залік
90–100	A	відмінно	здобувач вищої освіти (ВО) виявляє особливі творчі здібності, вміє самостійно здобувати знання, без допомоги викладача знаходить і опрацьовує необхідну інформацію, вміє використовувати набуті знання і вміння для прийняття рішень у нестандартних ситуаціях, переконливо аргументує відповіді, самостійно розкриває власні здібності	Високий (творчий)	відмінно	зараховано
82–89	B	дуже добре	здобувач ВО вільно володіє теоретичним матеріалом, застосовує його на практиці, вільно розв'язує справи і задачі у стандартних ситуаціях, самостійно виправляє допущені помилки, кількість яких незначна	Достатній (конструктивно-варіативний)		
74–81	C	добре	здобувач ВО вміє зіставляти, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача, загалом самостійно застосовувати її на практиці; контролювати власну діяльність; виправляти помилки, з-поміж яких є суттєві, добирати аргументи для підтвердження думок			
64–73	D	задовільно	здобувач ВО відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, за допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, виправляти помилки, з-поміж яких є значна кількість суттєвих	Середній (репродуктивний)		

60–63	E	достатньо	здобувач ВО володіє навчальним матеріалом на рівні, вищому за початковий, значну частину його відтворює на репродуктивному рівні	Середній (репродуктивний)		
35–59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання семестрового контролю	здобувач ВО володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу	Низький (рецептивно-продуктивний)	незадовільно	не зараховано
0–34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	здобувач ВО володіє матеріалом на рівні елементарного розпізнання і відтворення окремих фактів, елементів, об'єктів	Низький (рецептивно-продуктивний)	незадовільно	не зараховано

Підсумкова (загальна) оцінка з навчальної дисципліни є сумою рейтингових оцінок (балів), одержаних за окремі оцінювані форми навчальної діяльності: поточне та підсумкове оцінювання рівня засвоєння теоретичного матеріалу під час аудиторних занять та самостійної роботи (модульний контроль); оцінка (бали) за виконання лабораторних досліджень; оцінка (бали) за практичну діяльність; оцінка за ІНДЗ; оцінка (бали) за участь у наукових конференціях, олімпіадах, підготовку наукових публікацій тощо.

Залік виставляється за результатами поточного модульного контролю, проводиться по завершенню вивчення навчальної дисципліни.

Політика дисципліни

При організації освітнього процесу здобувачі вищої освіти, викладачі, методисти та адміністрація діють відповідно до: Положення про організацію освітнього процесу у РДГУ, Положення про академічну доброчесність, Положення про оцінювання знань і умінь здобувачів вищої освіти, Положення про практики, Положення про внутрішнє забезпечення якості освіти. Кожен викладач ставить здобувачам вищої освіти систему вимог та правил поведінки здобувачів вищої освіти на заняттях, доводить до їх відома методичні рекомендації щодо виконання різних видів робіт. При цьому обов'язково враховуються присутність на заняттях та активність під час практичного заняття; (не)допустимість пропусків та запізнь на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття; несвоєчасне виконання поставленого завдання тощо.

Політика доброчесності

Здобувач вищої освіти виконуючи самостійну або індивідуальну роботу повинен дотримуватись політики доброчесності. У разі наявності плагіату в будь-яких видах робіт здобувача вищої освіти він отримує незадовільну оцінку і повинен повторно виконати завдання, які передбачені у силабусі.