

Опис освітнього компонента вільного вибору

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 7 «Екологічний маркетинг»
Рівень ВО	Перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	075 Маркетинг / Маркетинг
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	3 курс, 6 семестр, 5 кредитів ЄКТС
Семестровий контроль	Залік
Обсяг годин (усього: з них лекції/практичні)	150 год., з них: лекц. – 10 год., практ. – 20 год.
Мова викладання	Українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Кафедра маркетингу
Автор ОК	Кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Букало Надія Артемівна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Знання основ економічної теорії, основ маркетингу, основ корпоративної соціальної відповідальності.
Що буде вивчатися	Освітній компонент «Екологічний маркетинг» досліджує принципи, стратегії та інструменти маркетингової діяльності, спрямованої на задоволення потреб споживачів з урахуванням екологічної безпеки та сталого розвитку. Розробка та просування екологічно чистих товарів і послуг. Впровадження принципів сталого розвитку у маркетингову діяльність. Формування екологічної свідомості споживачів. Використання «зелених» технологій та екомаркування. Управління впливом бізнесу на довкілля. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності у сфері екології.
Чому це цікаво/треба вивчати	Вивчення Освітнього компонента «Екологічний маркетинг» є цікавим та важливим, оскільки ОК поєднує бізнес-стратегії із вирішенням глобальних екологічних викликів. Споживачі все більше віддають перевагу товарам і послугам, що не шкодять довкіллю, а Екологічний маркетинг допомагає бізнесу відповідати цим очікуванням. Підприємствам важливо не лише отримувати

	прибуток, а й зменшувати негативний вплив на природу. Вивчення Екологічного маркетингу сприяє створенню нових «зелених» продуктів та технологій, які є безпечними для природи та ефективними для бізнесу. Екологічний підхід допомагає компаніям виділятися на ринку, залучати свідомих клієнтів та підвищити конкурентоспроможність. Екологічний маркетинг підтримує стійкий розвиток, зберігаючи ресурси для майбутніх поколінь.
Чому можна навчитися (результати навчання)	ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)	ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.