

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Національний авіаційний університет  
Факультет економіки та бізнес-адміністрування  
Кафедра маркетингу



ПОГОДЖЕНО  
Проректор з наукової роботи

\_\_\_\_\_ Є. Романенко  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Проректор з навчальної роботи

\_\_\_\_\_ А. Полухін  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 р.

УЗГОДЖЕНО  
Декан ФЕБА

\_\_\_\_\_ С. Смерічевський  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 р.



Система менеджменту якості

**РОБОЧА ПРОГРАМА**  
навчальної дисципліни  
«Екологічний маркетинг у системі еколого-економічного управління»


Освітньо-наукова програма  
Галузь знань:  
Спеціальність

«Маркетинг»  
07 «Управління та адміністрування»  
075 «Маркетинг»

Форма навчання	Сем.	Усього (год. / кредитів ECTS)	Лекції	Практичні заняття	Л.З	СРС	Форма підсумк. контролю
Денна	3	90 / 3,0	13	13	–	64	Екзамен 3 с

Індекс: № НДФ - 06/02 - 075 / 20 – 1.3.4

**СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2021**

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Екологічний маркетинг у системі еколого- економічного управління»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2021
	стор. 2 з 13		

Робочу програму навчальної дисципліни «Екологічний маркетинг у системі еколого-економічного управління» розроблено на основі освітньо-наукової програми «Маркетинг», навчального та робочого навчального планів № НДФ - 06/02 - 075 / 20 підготовки здобувачів вищої освіти третього рівня (доктора філософії) галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг».

Робочу програму розробив:  
д.е.н., доцент



Т.В. Князева


Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри освітньо-наукової програми «Маркетинг», спеціальності 075 «Маркетинг» – кафедри маркетингу, протокол №9 від 13.05.2021 р.

Гарант освітньо-наукової програми



Т.В. Князева

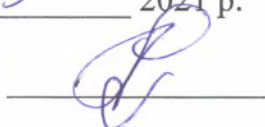
Т.в.о. зав. кафедри  
маркетингу



Г.А. Радченко

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради факультету економіки та бізнес-адміністрування, протокол № 6 від «19» 05 2021 р.

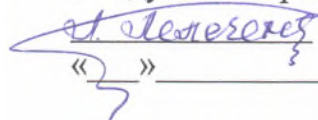
Голова НМРР



А.Т. Тофанчук


УЗГОДЖЕНО

Завідувач аспірантури та докторантури

 А.П. Лелеченко  
«  »    2021 р.

Рівень документа – 3б  
Плановий термін між ревізіями – 1 рік  
**Врахований примірник**



	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Екологічний маркетинг у системі еколого- економічного управління»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2021
		стор. 4 з 13	

## ВСТУП

Робоча програма (РП) навчальної дисципліни «Екологічний маркетинг у системі еколого-економічного управління» розроблена на основі «Методичних рекомендацій до розроблення і оформлення робочої програми навчальної дисципліни денної та заочної форм навчання», затверджених наказом ректора від 01.06.2021 № 321/од, та відповідних нормативних документів.

## ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

### 1.1. Мета та завдання навчальної дисципліни.

*Метою дисципліни* є формування у здобувачів теоретичних знань, розуміння методології і концепції та набуття практичних умінь і навичок щодо методичного підґрунтя екологічного маркетингу як управлінського інструменту, методології, що ґрунтується на системному підході.

*Завдання* вивчення дисципліни: формування у аспірантів правильного підходу до розуміння теоретичних і методологічних основ екологічного маркетингу; засвоєння особливостей діяльності макро- і мікросередовища екомаркетингу; оволодіння знаннями щодо сегментації екологічного ринку і вибору цільових екоsegmentів; засвоєння методів та процедур з розробки комплексу маркетингових заходів в межах товарної, цінової, комунікаційної політик; оволодіння інструментами стратегічного планування, впровадження і контролю програм екологічного маркетингу.

### 1.2. Очікувані результати навчання.


*Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна:*

ІК. Здатність розв'язувати комплексні проблеми в галузі професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері маркетингу, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики.

ЗК04. Здатність приймати та нести відповідальність за ініційовані види дослідницько-інноваційної діяльності та проекти, ризикувати та активно діяти в умовах невизначеності.

СК01. Здатність виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у теорії і практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних напрямках і можуть бути опубліковані у провідних наукових виданнях з маркетингу та суміжних галузей.

СК02. Здатність усно і письмово презентувати та обговорювати результати наукових досліджень та/або інноваційних розробок українською та англійською мовами, глибоке розуміння англійських наукових текстів за напрямом досліджень.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Екологічний маркетинг у системі еколого- економічного управління»	Шифр документа	СМЯНАУ РП 11.01.03-01-2021
		стор. 5 з 13	

СК05. Здатність дотримуватись етики досліджень, а також правил академічної доброчесності в наукових дослідженнях та науково-педагогічній діяльності.

СК06. Здатність критичного переосмислення сучасної теорії, методології та практики маркетингу для проведення власних оригінальних наукових досліджень.

СК08. Здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми дослідницького характеру відповідно до сучасного наукового дискурсу в сфері маркетингу, моделювати відповідні об'єкти досліджень, математично обробляти дані, оцінювати та забезпечувати якість виконуваних досліджень.

СК09. Здатність ініціювати, розробляти і реалізовувати комплексні інноваційні наукові проекти в сфері маркетингу та дотичні до неї міждисциплінарні проекти, застосовувати сучасні методи наукометрії під час їх реалізації.

СК10. Здатність до системного наукового світогляду, загальнокультурного кругозору, застосування сучасних методологій та методів наукової діяльності за фахом.

СК11. Здатність до поглиблення системних економіко-теоретичних знань та формування нових цілісних знань щодо новітніх явищ і процесів соціально-економічного розвитку.

СК12. Здатність до пошуку та аналізу нової інформації щодо особливостей розвитку сучасних теорій і концепцій маркетингу, розширення та переоцінка існуючих знань і професійної практики, створення нових знань з використанням прогресивних методів наукового пошуку.


*Програмні результати:*

ПР01. Мати передові концептуальні та методологічні знання з маркетингу і на межі предметних галузей, а також дослідницькі навички, достатні для проведення наукових і прикладних досліджень на рівні останніх світових досягнень з відповідного напрямку, отримання нових знань та/або здійснення інновацій.

ПР02. Вільно презентувати та обговорювати з фахівцями і нефахівцями результати досліджень, наукові та прикладні проблеми сучасного маркетингу державною та іноземною мовами, кваліфіковано відображати результати досліджень у наукових публікаціях у провідних міжнародних наукових виданнях.

ПР04. Глибоко розуміти загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій практиці.

ПР05. Представляти результати самостійних оригінальних наукових досліджень, результати яких мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення з дотриманням належної академічної доброчесності, а також демонструвати володіння методологією викладання професійно-орієнтованих дисциплін і нести відповідальність за навчання інших.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Екологічний маркетинг у системі еколого- економічного управління»	Шифр документа	СМЯНАУ РП 11.01.03-01-2021
	стор. 6 з 13		

ПР06. Демонструвати системність наукового світогляду і здатність інтерпретувати сучасні теорії та концепції маркетингу, в тому числі на межі предметних галузей, з метою отримання нових теоретичних і прикладних результатів.

ПР07. Здійснювати самостійні дослідження наукового і прикладного характеру в сфері маркетингу чи на межі предметних галузей економіки, управління та адміністрування з метою встановлення траєкторії розвитку реальних ринкових процесів і поведінки ринкових суб'єктів.

ПР8. Формулювати наукову проблему з огляду на ціннісні орієнтири сучасного суспільства та стан її наукової розробки, а також робочі гіпотези досліджуваної проблеми, які мають розширювати і поглиблювати стан наукових досліджень в обраній сфері.

ПР9. Формулювати і перевіряти гіпотези; використовувати для обґрунтування висновків належні докази, зокрема, результати теоретичного аналізу, експериментальних досліджень (опитувань, спостережень тощо) і математичного та / або комп'ютерного моделювання, наявні літературні дані.

ПР10. Планувати і виконувати експериментальні та / або теоретичні дослідження з маркетингу та дотичних міждисциплінарних напрямів з використанням сучасних інструментів, критично аналізувати результати власних досліджень і результати інших дослідників у контексті усього комплексу сучасних знань щодо досліджуваної проблеми, застосовувати сучасні методи наукометрії та лідерство під час реалізації наукових проєктів.

### **1.3. Передумови вивчення навчальної дисципліни**

Навчальна дисципліна варіативної компоненти «Екологічний маркетинг у системі еколого-економічного управління» посідає важливе місце серед дисциплін, що викладаються здобувачам третього рівня вищої освіти. Вона тісно пов'язана із вивченням таких дисциплін, як «Філософія наук і інновацій», «Інноваційні методи прийняття рішень в соціотехнічних системах», «Глобальний маркетинг» та ін.

## **2. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

### **2.1. Програма навчальної дисципліни**

Навчальний матеріал дисципліни структурований за модульним принципом і складається з одного навчального модуля «Екологічний маркетинг у системі еколого-економічного управління», що є логічно завершеною, відносно самостійною, цілісною частиною навчального плану, засвоєння якого передбачає проведення модульної контрольної роботи та аналіз результатів її виконання.

**Модуль №1 «Екологічний маркетинг у системі еколого-економічного управління»**



**Інтегровані вимоги модуля №1:** знати: концепції екологічного маркетингу; концепцію життєвого циклу екологічних товарів; правила ціноутворення на еко товари; рекламування екологічних товарів; принципи формування маркетинг-аудиту екологічного спрямованого підприємства; основні засади підприємництва в економіці стійкого розвитку; вміти: обґрунтовувати рішення відносно можливостей виробництва екологічної продукції; аргументувати рішення відносно вибору методу ціноутворення на екологічно чисту продукцію; реалізовувати рішення відносно можливості просування екологічно чистої продукції; розробляти стратегію маркетингової діяльності екологічно-орієнтованого суб'єкта господарювання.

**Тема 1. Концепція екологічного маркетингу.** Еволюція концепції маркетингу. Екологічний маркетинг: суть, зміст, завдання та принципи. Середовище функціонування екологічного маркетингу. Комплекс маркетингу і його складові. Види маркетингової діяльності.

**Тема 2. Особливості застосування екологічного маркетингу вітчизняними та зарубіжними підприємствами.** Напрями розвитку ринку екологічних товарів в світі і в Україні. Особливості просування екологічних товарів на ринку України. Європейський досвід застосування екологічного маркетингу. Екологічно відповідальний бізнес. Корпоративна соціальна відповідальність. Маркетингові комунікації. Екологічний PR. Екологічна реклама.

**Тема 3. Поведінка покупців на ринках екологічно чистих товарів.** Конс'юмеризм, інвайронменталізм та «зелені» конс'юмеристи. Формування екологічно усвідомлених потреб та прийняття рішень про купівлю. Розробка стратегії сегментації ринку, виділення цільових сегментів і позиціонування екологічно чистої продукції.

**Тема 4. Екологічно орієнтоване планування маркетингової діяльності.** Екологізація стратегічного маркетингового планування. Цільове та стратегічне планування в екологічному маркетингу. Маркетингові інновації. Впровадження екомаркетингу в практичну діяльність.

**Тема 5. Маркетинг-мікс екологічно орієнтованого підприємства.** Екологічно чистий продукт. Життєвий цикл товару. Оцінка життєвого циклу екологічного товару. Екомаркування та вимоги до упаковки. Формування екологічно чистого асортименту. Ціноутворення на ринках екологічно чистої продукції. Розповсюдження екологічно чистої продукції. Просування екологічно чистої продукції. Формування попиту і стимулювання збуту екологічно чистої продукції.

**Тема 6. Маркетингова діяльність у сфері екологічних послуг.** Поняття та класифікація екологічних послуг. Особливості маркетингової діяльності у сфері

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Екологічний маркетинг у системі еколого- економічного управління»	Шифр документа	СМЯНАУ РП 11.01.03-01-2021
		стор. 8 з 13	

екологічних послуг. Основні інструменти екологічного маркетингу у сфері екологічних послуг.

## 2.2. Тематичний план

№ з/п	Назва теми (тематичного розділу)	Обсяг навчальних занять (год.)			
		Денна форма навчання			
		Усього	Лекції	Лаб./прак. заняття	СРС
<b>Модуль №1 « Екологічний маркетинг у системі еколого-економічного управління »</b>					
1.1	Концепція екологічного маркетингу	13	2	2	9
1.2	Особливості застосування екологічного маркетингу вітчизняними підприємствами	13	2	2	9
1.3	Поведінка покупців на ринках екологічно чистих товарів	13	2	2	9
1.4	Екологічно орієнтоване планування маркетингової діяльності	13	2	2	9
1.5	Маркетинг-мікс екологічно орієнтованого підприємства	13	2	2	9
1.6	Маркетингова діяльність у сфері екологічних послуг	13	2	2	9
1.7	Модульна контрольна робота №1	12	1	1	10
<b>Усього за модулем №1</b>		<b>90</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>64</b>
<b>Усього за навчальною дисципліною</b>		<b>90</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>64</b>

## 2.3. Самостійна робота аспірантів

Перелік питань для підготовки до самостійної роботи розробляються провідним викладачем кафедри, затверджується протоколом засідання кафедри доводиться до відома здобувачів.


## 3. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

### 3.1. Методи навчання

Методи навчання з дисципліни «Екологічний маркетинг у системі еколого-економічного управління» — взаємопов'язана діяльність викладача та здобувача спрямована на засвоєння ними системи знань, набуття умінь і навичок.

В процесі викладання дисципліни, під час проведення практичних занять використовуються наступні методи: словесні (бесіда, пояснення, доповідь), наочні (презентація, ілюстрування), практичні (тестові завдання, кейси, виконання розрахунково-графічних завдань), методи контролю.



	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Екологічний маркетинг у системі еколого- економічного управління»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2021
	стор. 9 з 13		

### 3.2. Рекомендована література

#### *Базова література*

- 3.2.1. Бобровський А.Л. Екологічний менеджмент: підручник/ МОН України. Суми: Університетська книга, 2016. 586 с.
- 3.2.2. Зіновчук Н. В., Ращенко А. В. Екологічний маркетинг: навч. посібник. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. 190 с.
- 3.2.3. Greener marketing : a responsible approach to business /ed. by Martin Charter. // Routledge, 2017. 89 p.

#### *Допоміжна література*

- 3.2.4. Ілляшенко С. М. Маркетингові засади впровадження екологічних інновацій: моногр. Суми: Папірус, 2013. 184 с.
- 3.2.5. Прокопенко О. В. Екологічний маркетинг: навч. посібник. Київ: Знання, 2012. 320 с.
- 3.2.6. Садченко О. В. Роль екомаркетингу в умовах трансформації організаційно-управлінської системи природокористування. Соціально-економічний розвиток Українського Причорномор'я: виклики і можливості: моногр.; за наук. ред. Б. В. Буркинського; НАН України, Ін-т пробл. ринку та екон.-екол. дослідж. Одеса: ІПРЕЕД НАНУ, 2016. С. 524–542.
- 3.2.7. «The New Rules of Green Marketing Strategies, Tools, and Inspiration for Sustainable Branding» /ed. By Jacquelyn Ottman. 2017. 123 p.

### 3.3. Інформаційні ресурси в інтернеті

- 3.3.1. Сайт Кабінету Міністрів України: <http://www.kmu.gov.ua>
- 3.3.2. Сайт Верховної Рада України: <http://www.rada.gov.ua>
- 3.3.3. Сайт Міністерства фінансів: <http://www.minfin.gov.ua>
- 3.3.4. Сайт Державної комісії з цінних паперів і фондового ринку: <http://www.ssmc.gov.ua>
- 3.3.5. Сайт Державної служби статистики України: <http://www.ukrstat.gov.ua>
- 3.3.6. Сайт Національного банку України: <http://www.bank.gov.ua/>
- 3.3.7. Сайт Світового банку: <http://www.worldbank.org.ru>.

## 4. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

### 4.1. Засоби оцінювання результатів навчальної діяльності.

Діагностика навчальних досягнень аспірантів здійснюється шляхом обов'язкового виконання аспірантами таких видів навчальної діяльності:

- виконання завдань на практичних заняттях;

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Екологічний маркетинг у системі еколого- економічного управління»	Шифр документа	СМЯНАУ РП 11.01.03-01-2021
		стор. 10 з 13	

- написання наукової роботи (тезисів або статті до наукового видання);
- виконання модульної контрольної роботи;
- складання екзамену.

#### 4.2. Форми контролю результатів навчання та їх оцінювання.

4.2.1. Оцінювання навчальної роботи аспіранта здійснюється в балах відповідно до табл. 4.1.

Таблиця 4.1


Види навчальної роботи	Максимальна кількість балів
	Денна форма навчання
<b>Модуль 1. «Екологічний маркетинг у системі еколого-економічного управління»</b>	
Виконання завдань на практичних заняттях	20
Написання наукової роботи (підготовка тезисів або наукової статті)	40
<i>Для допуску до виконання модульної контрольної роботи №1 здобувач має набрати не менше</i>	<i>36 балів</i>
Виконання модульної контрольної роботи №1	20
<b>Усього за модулем №1</b>	<b>80</b>
<b>Семестровий екзамен</b>	<b>20</b>
<b>Усього за дисципліною</b>	<b>100</b>

4.2.2. Переведення підсумкової рейтингової оцінки в балах в оцінки за національною шкалою та шкалою ECTS здійснюється відповідно до табл. 4.2.

Таблиця 4.2.

Відповідність підсумкової семестрової рейтингової оцінки в балах  
оцінці за національною шкалою та шкалою ECTS

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	
		Оцінка	Пояснення
<b>90-100</b>	<b>Відмінно</b>	<b>A</b>	<b>Відмінно</b> (відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок)
<b>82-89</b>	<b>Добре</b>	<b>B</b>	<b>Дуже добре</b> (вище середнього рівня з кількома помилками)
<b>75-81</b>		<b>C</b>	<b>Добре</b> (в загальному вірне виконання з певною кількістю суттєвих помилок)
<b>67-74</b>	<b>Задовільно</b>	<b>D</b>	<b>Задовільно</b> (непогано, але зі значною кількістю недоліків)
<b>60-66</b>		<b>E</b>	<b>Достатньо</b> (виконання задовольняє мінімальним критеріям)

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Екологічний маркетинг у системі еколого- економічного управління»	Шифр документа	СМЯНАУ РП 11.01.03-01-2021
		стор. 11 з 13	

35-59	Незадовільно	FX	Незадовільно (з можливістю повторного складання)
1-34		F	Незадовільно (з обов'язковим повторним курсом)

4.2.3. Підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни заноситься до заліково-екзаменаційної відомості, індивідуального навчального плану аспіранта та до академічної довідки про виконання освітньо-наукової програми.

### 4.3. Критерії оцінювання досягнень аспірантів.

4.3.1. Критерієм успішного проходження аспірантом оцінювання є досягнення ним мінімальних рівнів оцінок за кожним запланованим видом навчальної діяльності.

Виконані види навчальної роботи зараховуються аспіранту, якщо він отримав за них позитивну оцінку (за національною шкалою) відповідно до даних табл. 4.3.

Таблиця 4.3.


Відповідність рейтингових оцінок за окремі види навчальної роботи  
в балах оцінкам за національною шкалою

Виконання завдань на практичних заняттях	Написання наукової роботи (підготовка тезисів або наукової статті)	Виконання модульної контрольної роботи	Оцінка за національною шкалою
18-20	36-40	18-20	Відмінно
15-17	30-35	15-17	Добре
12-14	24-29	12-14	Задовільно
менше 12	менше 23	менше 12	Незадовільно


4.3.2. Аспірант допускається до виконання модульної контрольної роботи за умови наявності у нього поточної модульної рейтингової оцінки величиною не менше 60% максимальної поточної модульної рейтингової оцінки.

Слід мати на увазі, що отримання аспірантом лише мінімальних оцінок за виконання окремих видів навчальної роботи з певного модуля може виявитися недостатнім для отримання допуску до виконання модульної контрольної роботи та потребуватиме виконання ним додаткового індивідуального завдання, захистити його з позитивною оцінкою в балах, яка буде додана до поточної модульної рейтингової оцінки.

4.3.3. До екзамену аспірант допускається за умови отримання позитивних (за національною шкалою) контрольних модульних рейтингових оцінок.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Екологічний маркетинг у системі еколого- економічного управління»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2021
			стор. 12 з 13

У разі отримання незадовільних контрольної модульної чи екзаменаційної рейтингових оцінок аспірант повинен повторно пройти відповідний контроль в установленому порядку. При повторному його проходженні максимальна величина рейтингової оцінки в балах не повинна перевищувати максимальне значення оцінки «Добре» за національною шкалою.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Екологічний маркетинг у системі еколого- економічного управління»	Шифр документа	СМЯНАУ РП 11.01.03-01-2021
		стор. 13 з 13	

(Ф 03.02 – 01)

**АРКУШ ПОШИРЕННЯ ДОКУМЕНТА**

№ прим.	Куди передано (підрозділ)	Дата видачі	П.І.Б. отримувача	Підпис отримувача	Примітки

(Ф 03.02 – 02)

**АРКУШ ОЗНАЙОМЛЕННЯ З ДОКУМЕНТОМ**

№ пор.	Прізвище ім'я по-батькові	Підпис ознайомленої особи	Дата ознайомлення	Примітки

(Ф 03.02 – 04)

**АРКУШ РЕЄСТРАЦІЇ РЕВІЗІЇ**

№ пор.	Прізвище ім'я по-батькові	Дата ревізії	Підпис	Висновок щодо адекватності

(Ф 03.02 – 03)

**АРКУШ ОБЛІКУ ЗМІН**

№ зміни	№ листа (сторінки)				Підпис особи, яка внесла зміну	Дата внесення зміни	Дата введення зміни
	Зміненого	Заміненого	Нового	Анульованого			

(Ф 03.02 – 32)

**УЗГОДЖЕННЯ ЗМІН**

	Підпис	Ініціали, прізвище	Посада	Дата
Розробник				
Узгоджено				
Узгоджено				
Узгоджено				