



СИЛАБУС ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА «НЕКОМЕРЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ»

Компонент освітньої програми – вибірковий (3 кредити)

Освітньо-професійна програма	Маркетинг
Спеціальність	D5 Маркетинг
Галузь знань	D «Бізнес, адміністрування та право»
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Мова навчання	українська
Профайл викладача	Гордіца Тетяна Маноліївна, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку https://mmix.chnu.edu.ua/kafedra/spivrobotnyky/gorditsa-tetyana-manoliivna/
Контактний тел.	+38 0372509465
E-mail:	t.gorditsa@chnu.edu.ua
Сторінка курсу в Moodle	https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=3954
Консультації	вівторок з 12.00 до 13.00

АНОТАЦІЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Навчальна дисципліна спрямована на формування у здобувачів вищої освіти системи знань, умінь і практичних навичок щодо застосування сучасних концепцій, методів та інструментів маркетингу в діяльності державних некомерційних підприємств, неприбуткових установ і організацій, непідприємницьких товариств, розроблення комплексу маркетингу та привабливих пропозицій послуг, використання кращого вітчизняного й зарубіжного досвіду для обґрунтування та реалізації ефективних стратегій розвитку й маркетингових кампаній. Роль навчальної дисципліни полягає у розвитку професійних компетентностей щодо аналізу діяльності державних некомерційних підприємств, неприбуткових установ і організацій, непідприємницьких товариств, визначення потреб цільових аудиторій, розроблення та реалізації маркетингових програм і комунікаційних кампаній, спрямованих на підвищення суспільної цінності, результативності діяльності та довіри до цих суб'єктів.

Навчальна дисципліна є вибірковою освітньою компонентою циклу професійної підготовки, яка поглиблює фахові знання та практичні навички здобувачів вищої освіти у сфері некомерційного маркетингу й забезпечує їх підготовку до вирішення професійних завдань у діяльності державних некомерційних підприємств, неприбуткових установ і організацій, непідприємницьких товариств.

Мета навчальної дисципліни: формування у здобувачів вищої освіти системи теоретичних знань і практичних навичок щодо застосування маркетингового підходу, сучасних концепцій, технологій та інструментів у діяльності державних некомерційних підприємств, неприбуткових установ і організацій, непідприємницьких товариств; набуття вмінь оцінювати їхній стан і ринкові позиції, прогнозувати потреби цільових аудиторій, визначати тенденції та перспективи розвитку некомерційних товарів і послуг, розробляти привабливі ціннісні пропозиції із використанням сучасних цифрових технологій, новітніх підходів до позиціонування, кращого вітчизняного й зарубіжного досвіду, а також обґрунтовувати стратегії розвитку та організовувати маркетингові кампанії.

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

МОДУЛЬ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ НЕКОМЕРЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ	
Тема 1	Некомерційна сфера як об'єкт маркетингової діяльності.
Тема 2	Теоретичні засади некомерційного маркетингу.
Тема 3	Особливості застосування комплексу маркетингу у діяльності державних некомерційних підприємств, неприбуткових установ і організацій, непідприємницьких товариств
МОДУЛЬ 2. ОСОБЛИВОСТІ ТА ПРАКТИКА ЗАСТОСУВАННЯ НЕКОМЕРЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ В РІЗНИХ СФЕРАХ ДІЯЛЬНОСТІ	
Тема 4	Некомерційний маркетинг у сфері забезпечення соціальних потреб людини.
Тема 5	Некомерційний маркетинг у сфері забезпечення культурних потреб людини.
Тема 6	Некомерційний маркетинг у сфері забезпечення політичних, економічних та особистих прав людини.
Тема 7	Некомерційний маркетинг міжнародних і національних неприбуткових організацій благодійного спрямування.
Тема 8	Некомерційний маркетинг міжнародних і національних неприбуткових організацій екологічного спрямування.
Тема 9	Некомерційний маркетинг у сфері освіти.
Тема 10	Некомерційний маркетинг у сфері охорони громадського здоров'я, фізичної культури та спорту.

ФОРМИ, МЕТОДИ ТА ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ

Форми навчання: лекції; консультації для поглиблення теоретичних знань; самостійна робота для виконання індивідуальних завдань; підготовка тез (доповідей) для участі у наукових конференціях, семінарах та інших науково-практичних заходах; участь у тренінгах і майстер-класах від запрошених експертів (стейкхолдерів) для практичного ознайомлення з інструментами некомерційного маркетингу; підготовка інформаційного контенту для

соціальних мереж та інформаційно-просвітницьких кампаній; інші види індивідуальних та групових завдань.

Методи навчання: словесні методи (лекція, дискусія, бесіда, консультація тощо); кейс-метод; методи візуалізації результатів для представлення навчального матеріалу та результатів виконаних завдань; робота з інформаційними ресурсами; реферативні та пошукові дослідження, написання аналітичних звітів на основі вивчення наукової літератури, нормативно-правових документів і практики діяльності державних некомерційних підприємств, неприбуткових установ та організацій; вивчення вітчизняних практик і аналіз успішних кейсів некомерційного маркетингу; інтеграція міжнародних практик, вивчення зарубіжного досвіду та його адаптація до національного контексту; оцінювання знань через тести, квізи або практичні завдання.

Освітні технології навчання: використання системи електронного навчання Moodle для організації освітнього процесу, розміщення навчально-методичних матеріалів, виконання та перевірки завдань, проходження тестування та забезпечення зворотного зв'язку; неформальна освіта (участь у онлайн-курсах, вебінарах або самостійне вивчення актуальних тенденцій розвитку некомерційного маркетингу).

ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Поточний контроль: форми та методи контролю:

- ✓ презентація результатів виконання самостійних завдань;
- ✓ оцінювання результатів аналізу кейсів із діяльності державних некомерційних підприємств, неприбуткових установ і організацій, включаючи обґрунтування маркетингових рішень;
- ✓ оцінювання письмових робіт (аналітичних звітів, рефератів, есе та інших письмових робіт);
- ✓ оцінювання творчих (креативних) проєктів, зокрема інформаційно-просвітницьких і комунікаційних кампаній, концепцій соціальних проєктів, контенту для соціальних мереж;
- ✓ створення та захист власного маркетингового кейсу на основі реальних або гіпотетичних даних;
- ✓ оцінювання підготовлених наукових і практичних матеріалів (тез, доповідей, статей тощо) для представлення на конференціях, семінарах або публікації;
- ✓ тестування у системі електронного навчання Moodle;
- ✓ зарахування результатів неформальної освіти (сертифікатів онлайн-курсів, участі у вебінарах та інших заходах неформального навчання за тематикою дисципліни).

Підсумковий контроль - залік.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання програмних результатів навчання здобувачів освіти здійснюється за шкалою європейської кредитно-трансферної системи (ECTS).

Критерієм успішного оцінювання є досягнення здобувачем вищої освіти мінімальних порогових рівнів (балів) за кожним запланованим результатом навчання.

ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні освітнього компонента регламентовано чинними документами ЧНУ:

- «Кодекс академічної доброчесності та етики Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича»
<https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/kodeks-akademichnoi-dobrochesnosti-ta-etyky-chernivetskoho-natsionalnoho-universytetu-imeni-yurii-fedkovycha/>;
- «Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича»
<https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/polozhennia-pro-vyavlennia-ta-zapobihannia-akademichnomu-plahiatu-u-chernivetskomu-natsionalnomu-universyteti-imeni-yurii-fedkovycha/>;
- «Політика використання штучного інтелекту в Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича»
<https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/polityka-vykorystannia-shtuchnoho-intelektu-v-chernivetskomu-natsionalnomu-universyteti-imeni-yurii-fedkovycha-zi-zminamy-zatverdzhenymy-vchenoiu-radoiu-chnu-imeni-yurii-fedkovycha/>.

Використання здобувачами освіти інструментів штучного інтелекту (ШІ) під час виконання навчальних завдань:

- допускається за умови дотримання принципів академічної доброчесності (здобувач освіти несе відповідальність за зміст, достовірність і результати поданої роботи, а у разі використання ШІ зобов'язаний зазначити факт і спосіб його застосування);
- не допускається використання ШІ як заміни самостійного виконання завдань або з метою порушення вимог академічної доброчесності;
- додаткові обмеження чи вимоги щодо використання ШІ можуть визначатися викладачем в освітньому процесі для конкретних видів навчальної діяльності відповідно до особливостей дисципліни.

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Офіційний вебсайт Міністерства освіти і науки України. URL: <https://mon.gov.ua/>.
2. Офіційний вебсайт Міністерства розвитку громад та територій України. URL: <https://mindev.gov.ua/>.

3. Офіційний вебсайт Міністерства культури та стратегічних комунікацій України. URL: <https://mcsc.gov.ua/>.
4. Офіційний вебсайт Міністерства охорони здоров'я України. URL: <https://moz.gov.ua/>.
5. Офіційний вебсайт Міністерства молоді та спорту України. URL: <https://mms.gov.ua/>.
6. Офіційний вебсайт Благодійного фонду Сергія Притули. URL: <https://prytulafoundation.org/>.
7. Офіційний вебсайт Українського фонду соціальних інвестицій. URL: <https://usif.ua/>.
8. Офіційний вебсайт Української Гельсінської спілки з прав людини. URL: <https://helsinki.org.ua/>.
9. Офіційний вебсайт благодійної платформи «dobro.ua». URL: <https://dobro.ua/>.
10. Офіційний вебсайт Українського культурного фонду. URL: <https://ucf.in.ua/>.
11. Офіційний вебсайт Програми розвитку ООН (UNDP) в Україні. URL: <https://www.undp.org/uk/ukraine>.
12. Офіційний вебсайт Дитячого фонду ООН (UNICEF) в Україні. URL: <https://www.unicef.org/ukraine>.
13. Офіційний вебсайт Charity Digital. URL: <https://charitydigital.org.uk/>.
14. Офіційний вебсайт Candid. URL: <https://candid.org/>.
15. Онлайн-курс «Про краудфандинг. Як громадським діячам і соціальним підприємцям успішно залучати кошти». URL: <https://prometheus.org.ua/prometheus-free/fundraising-crowdfunding-for-social-impact/>.