



СИЛАБУС ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА «ЕКОМАРКЕТИНГ ТА ЗЕЛЕНИЙ БРЕНДИНГ»

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, доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку https://mmix.chnu.edu.ua/kafedra/spivrobitnyky/gorditsa-tetyana-manoliivna/
Контактний тел.	+38 0372509465
E-mail:	t.gorditsa@chnu.edu.ua
Сторінка курсу в Moodle	
Консультації	вівторок з 12.00 до 13.00

АНОТАЦІЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Навчальна дисципліна спрямована на формування у здобувачів вищої освіти знань та умінь застосовувати інструменти формування та реалізації комплексу екомаркетингу та зеленого брендингу на державному, регіональному та локальному рівнях, визначати екологічні потреби споживачів і стимулювати споживання екотоварів, екопослуг та екотехнологій, розробляти маркетингові стратегії, спрямовані на впровадження екоорієнтованого підходу в діяльність суб'єктів господарювання, а також використовувати маркетингові методи та інструменти для розв'язання практичних завдань зеленого бізнесу щодо виробництва, просування, упаковки та утилізації продукції з метою захисту навколишнього природного середовища. Навчальна дисципліна забезпечує формування професійних компетентностей щодо розроблення та реалізації екологічно орієнтованих маркетингових рішень, створення і розвитку зелених брендів, застосування сучасних маркетингових інструментів та впровадження принципів сталого розвитку в діяльність суб'єктів господарювання.

Навчальна дисципліна є вибірковою освітньою компонентою циклу професійної підготовки, яка формує у здобувачів вищої освіти професійні компетентності у сфері екомаркетингу та зеленого брендингу, забезпечуючи їх підготовку до вирішення професійних завдань у сфері екологічно орієнтованої маркетингової діяльності.

Мета навчальної дисципліни: формування у студентів екологічних знань й розвитку екологічного мислення, що передбачає загальне розуміння сучасних

екологічних проблем держави та світу, усвідомлення їх важливості, актуальності й універсальності, а також здатності застосовувати екологічні знання та набуті вміння у подальшій практичній маркетинговій діяльності щодо створення та управління зеленими брендами.

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

МОДУЛЬ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЕКОМАРКЕТИНГУ ТА ЗЕЛЕНОГО БРЕНДИНГУ	
Тема 1	Концепція екомаркетингу.
Тема 2	Екологічна безпека, моніторинг стану навколишнього середовища, ресурсозбереження як чинник підвищення ефективності суспільного виробництва.
Тема 3	Зелений брендинг як ключовий інструмент екомаркетингу.
Тема 4	Поведінка споживачів у процесі купівлі екотоварів (екопослуг, екотехнологій) на ринку зелених брендів.
МОДУЛЬ 2. ІНСТРУМЕНТИ ЕКОМАРКЕТИНГУ ТА УПРАВЛІННЯ ЗЕЛЕНИМ БРЕНДОМ	
Тема 5	Товарна та цінова політика на ринку зелених брендів.
Тема 6	Організація системи розподілу на ринку зелених брендів.
Тема 7	Маркетингові комунікації зеленого бренду та інструменти екопросування.
Тема 8	Формування та підтримка лояльності до екотоварів (екопослуг, екотехнологій) та оцінка ефективності зеленого брендингу.

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 маркетинговими інструментами; підготовка контенту для соціальних сторінок; 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, зокрема вивчення екологічної сертифікації та екомаркування; реферативні та пошукові дослідження, написання аналітичних звітів на основі вивчення літератури та/або ринкових даних; вивчення вітчизняних практик, аналіз успішних маркетингових кейсів; інтеграція міжнародних практик, вивчення глобальних маркетингових стратегій та їх адаптація до національного чи локального 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 маркетингових трендів).

ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Поточний контроль: форми та методи контролю:

- презентація результатів виконання самостійних завдань;
- оцінювання результатів аналізу бізнес-кейсів із обґрунтуванням маркетингових рішень;
- оцінювання письмових робіт (аналітичних звітів, рефератів, есе та інших письмових робіт);
- оцінювання творчих (креативних) проєктів, зокрема рекламних кампаній, брендингових концепцій, 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 захисту довкілля та природних ресурсів України. URL: <https://mepr.gov.ua/>.
2. Офіційний вебсайт Державної екологічної інспекції України. URL: <https://www.dei.gov.ua/>.
3. Офіційний вебсайт Держпродспоживслужби. URL: <https://dpss.gov.ua/>.
4. Офіційний вебсайт Національної онлайн-платформи «ЕкоСистема». URL: <https://eco.gov.ua/>.
5. Офіційний вебсайт Українського кліматичного офісу. URL: <https://ukrainian-climate-office.org/>.
6. Офіційний вебсайт Федерації органічного руху України. URL: <http://organic.com.ua/>.
7. Офіційний вебсайт Центру екологічної сертифікації та екомаркування. URL: <https://www.ecolabel.org.ua/>.
8. Офіційний вебсайт Carbon Trust. URL: <https://www.carbontrust.com/>.
9. Офіційний вебсайт EU Ecolabel. URL: https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel-home_en.
10. Офіційний вебсайт Global Reporting Initiative (GRI). URL: <https://www.globalreporting.org/>.
11. Офіційний вебсайт GreenBiz. URL: <https://www.greenbiz.com/>.
12. Офіційний вебсайт Sustainable Brands. URL: <https://sustainablebrands.com/>.
13. Офіційний вебсайт World Green Building Council. URL: <https://worldgbc.org/>.
14. Онлайн курс «Екологічна безпека та ризики для громад і територій в умовах війни». URL: <https://prometheus.org.ua/prometheus-free/environmental-security-and-risks>.
15. Онлайн курс «Екопрактики для сільського господарства та громад». URL: <https://prometheus.org.ua/prometheus-free/agriculture-and-community-eco-practices/>.
16. Онлайн курс «Європейський зелений курс (ЄЗК) та Україна». URL: <https://prometheus.org.ua/prometheus-free/eu-green-deal-ukraine/>.