

МАРКЕТИНГ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі

Факультет аграрного менеджменту

Лектор	Левицька Інна Ванадіївна, д.е.н., професор
Семестр	2
Ступінь вищої освіти	Доктор філософії
Кількість кредитів ЄКТС	3
Форма контролю	Залік
Аудиторні години	30

Загальний опис дисципліни

Дисципліна **«Маркетинг сталого розвитку»** спрямована на висвітлення науково-практичних підходів до формування теоретико-методологічних засад етичного управління бізнесом, що передбачає критичну оцінку сучасних цифрових інструментів маркетингу та вивчення специфіки організації діяльності на високовимогливих ринках ЄС. Програма фокусується на методології проведення спеціалізованих маркетингових досліджень у площині сталого розвитку, інтегруючи інноваційне застосування концепції Open Science для спільної розробки сталих рішень та розбудови потужного персонального бренду науковця як амбасадора екологічних і соціальних трансформацій. Особлива увага приділяється проєктуванню стратегічних маркетингових комунікацій, які забезпечують ефективне просування концепції сталого розвитку, гармонізацію інтересів усіх стейкхолдерів та впровадження принципів соціальної відповідальності у довгострокові стратегії підприємств з метою досягнення глобальних цілей екологічної та економічної стабільності.

Теми лекцій:

1. Генезис та концептуальні засади маркетингу сталого розвитку
2. Теоретико-методологічні складові етичного маркетингу
3. Регуляторне середовище та маркетинг на ринках Європейського Союзу
4. Психологія «зеленого» споживача та поведінкова економіка
5. Маркетингові дослідження у площині сталого розвитку
6. Цифрові інструменти та MarTech у маркетингу сталого розвитку
7. Товарна політика в парадигмі циркулярної економіки
8. Ціноутворення в системі сталого розвитку та етика вартості
9. Зелена логістика та стале управління каналами розподілу
10. Інтегровані маркетингові комунікації та протидія грінвошингу

11. Концепція Open Science для формування персонального бренду науковця
12. Стратегічне планування, аудит та звітність сталого маркетингу

Теми занять:
(семінарських, практичних, лабораторних)

1. Генезис та концептуальні засади маркетингу сталого розвитку
2. Теоретико-методологічні складові етичного маркетингу
3. Регуляторне середовище та маркетинг на ринках Європейського Союзу
4. Психологія «зеленого» споживача та поведінкова економіка
5. Маркетингові дослідження у площині сталого розвитку
6. Цифрові інструменти та MarTech у маркетингу сталого розвитку
7. Товарна політика в парадигмі циркулярної економіки
8. Ціноутворення в системі сталого розвитку та етика вартості
9. Зелена логістика та стале управління каналами розподілу
10. Інтегровані маркетингові комунікації та протидія грінвошингу
11. Концепція Open Science для формування персонального бренду науковця
12. Стратегічне планування, аудит та звітність сталого маркетингу