



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «Маркетинг некомерційних організацій»

Ступінь вищої освіти - Бакалавр
Спеціальність: 075 «Маркетинг»
Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Рік навчання: 4, семестр: 8
Форма навчання: денна
Кількість кредитів ЄКТС: 4
Мова викладання: українська

Лектори курсу

Буряк Руслан Іванович, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі
Чупряк Альона Вікторівна, кандидат економічних наук, старший викладач кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі

Контактна інформація лектора (e-mail) Сторінка курсу в eLearn

e-mail: ruslan1212@ukr.net
<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=3132>

Опис дисципліни

Маркетинг некомерційних організацій – це діяльність некомерційних утворень або фізичних осіб в конкурентному середовищі, заснована на принципах класичного маркетингу і спрямована на досягнення цілей, не пов'язаних безпосередньо з отриманням прибутку.

Маркетинг некомерційних організацій розділяють на три види:

- 1) маркетинг державних некомерційних суб'єктів;
- 2) маркетинг недержавних некомерційних суб'єктів;
- 3) маркетинг фізичних осіб, що займаються некомерційною діяльністю.

Метою діяльності некомерційних суб'єктів є певна користь, вигода, створювана для суспільства в цілому або окремих груп населення. Ця користь називається соціальним ефектом.

Маркетинг некомерційних організацій є складовою маркетингової діяльності та маркетингового менеджменту підприємства.

Мета дисципліни – опанування методів та методик некомерційного маркетингу, засвоєння комплексу конкретних сучасних методів професійної діяльності маркетолога.

Навчальний матеріал дисципліни структурований за модульним принципом і складається з двох навчальних модулів, а саме:

- навчального модуля № 1 «Сутність, концепції та маркетингове середовище маркетингу некомерційних підприємств»;
- навчального модуля № 2 «Сфера застосування, комунікативні технології, контроль і планування у маркетингу некомерційних організацій»;

Кожен з модулів є логічно завершеною, відносно самостійною, цілісною частиною навчального плану, засвоєння якого передбачає проведення модульної контрольної роботи та аналіз результатів її виконання.

Програмні компетентності та програмні результати навчання за дисципліною

У результаті вивчення навчальної дисципліни «Некомерційний маркетинг» здобувач вищої освіти отримує наступні програмні компетентності та програмні результати навчання, які визначені в Стандарті вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг та освітньо-професійній програмі «Маркетинг» підготовки бакалаврів.

Загальні компетентності:

ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.

СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Програмні результати навчання:

ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

ПРН 25. Здатність знаходити та оцінювати нові ринкові можливості та формулювати бізнес-ідеї, розробляти бізнес-плани.

ПРН 26. Готувати засновницькі документи та реєструвати підприємство з урахуванням особливостей різних організаційно-правових форм господарювання згідно з чинним законодавством.

ПРН 27. Демонструвати вміння використовувати сучасні методи управління ланцюгами постачання товарів та інформації.

ПРН 28. Визначати цільові аудиторії інтернет-користувачів, налаштовувати та інтерпретувати звіти системи веб-аналітики, оцінювати ефективність рекламних кампаній і аналізувати дії конкурентів в мережі.

ПРН 29. Налаштовувати таргетовану рекламу, розробляти SMM-стратегії та використовувати контент-маркетинг в SMM, управляти репутацією бренду в ключових соціальних мережах:

Структура курсу

Тема	Години (лекції/ практичні)	Результати навчання	Завдання	Оціню- вання
1	2	3	4	
Модуль № 1 «Сутність, концепції та маркетингове середовище маркетингу некомерційних підприємств»				
1. Сутність, сфера і процес маркетингу некомерційних організацій	2/4	Умови виникнення некомерційного маркетингу. Поняття і сутність некомерційного маркетингу. Цілі, завдання та принципи некомерційного маркетингу.	Питання, тести, ситуаційні завдання	20
2. Концепції та види маркетингу некомерційних організацій	2/4	Концепції некомерційного маркетингу. Види некомерційного маркетингу	Підготовка доповідей, рефератів, презентацій до семінарського заняття. Виконання практичного завдання, самостійної роботи в Elearn	30
3. Маркетингове середовище маркетингу некомерційних організацій	2/4	Середовище некомерційного маркетингу. Некомерційне середовище некомерційних суб'єктів. Організаційно-правові форми некомерційних організацій	Підготовка доповідей, рефератів, презентацій до семінарського заняття. Виконання практичного завдання, Самостійної роботи в Elearn	30
Тест до модуля 1				20
Разом за змістовим модулем 1				100

Модуль № 2 «Сфера застосування, комунікативні технології, контроль і планування у маркетингу некомерційних організацій»				
4. Сфера застосування маркетингу некомерційних організацій	2/4	Організації, що займаються некомерційним маркетингом. Процеси обміну в некомерційному маркетингу. Фандрайзинг.	Підготовка доповідей, рефератів, презентацій до семінарського заняття. Виконання практичного завдання, Самостійної роботи в Elearn	20
5. Комунікативні технології некомерційної організації	2/4	Модель процесу комунікації. Основні види маркетингових комунікацій. Характеристика комунікативних технологій в некомерційному маркетингу	Підготовка доповідей, рефератів, презентацій до семінарського заняття. Виконання практичного завдання, самостійної роботи в Elearn	30
6. Планування і контроль у маркетингу некомерційних організацій	2/4	Процес планування в організаціях. План маркетингу некомерційних організацій. Контроль в некомерційному маркетингу.	Питання, тести, ситуаційні та розрахункові завдання	30
Тест до модуля 2				20
Разом за змістовим модулем 2				100
Всього за навчальну роботу		$R_{НР} = \frac{0,7 \cdot (R_{ЗМ1} + R_{ЗМ2})}{2}$		70
Підсумкова атестація (екзамен)				30
Всього за курс		$R_{ДИС} = R_{НР} + R_{АТ}$		100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо дедлайнів та перескладання:	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу викладачів, які забезпечують курс за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
Політика щодо академічної доброчесності:	Списування (копіювання тексту) під час виконання письмових контрольних робіт та екзаменів заборонені. Користування мобільними пристроями допускається лише з дозволу викладача під час онлайн-тестування та підготовки практичних завдань. Самостійні роботи у вигляді рефератів, доповідей, презентацій повинні мати коректні текстові посилання на використані інформаційні джерела.
Політика щодо відвідування:	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально в дистанційному режимі (у онлайн формі за погодженням із деканом факультету і лектором курсу).

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ СТУДЕНТІВ

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання екзаменів
90-100	відмінно
74-89	добре
60-73	задовільно
0-59	незадовільно