



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

Лектор курсу

Бондаренко Валерій Михайлович, доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі

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

e-mail: bondarenkovalm@nubip.edu.ua
<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=3774>

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 «Маркетинг некомерційних організацій» 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

| | |
|---|--|
| <i>Політика щодо дедлайнів та перескладання:</i> | 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). |
| <i>Політика щодо академічної доброчесності:</i> | 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. |
| <i>Політика щодо відвідування:</i> | 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 |