

Кафедра маркетингу

«ЗАТВЕРДЖЕНО»
завідувач кафедри маркетингу
Касян С.Я. 
«10» липня 2023 року

РОБОЧА ПРОГРАМА
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«МАРКЕТИНГ СТАЛОГО РОЗВИТКУ»

Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 «Маркетинг»
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Освітньо-професійна програма	Маркетинг
Спеціалізації	-
Статус	Обов'язкова
Загальний обсяг	3 кредитів ЄКТС (90 годин)
Форма підсумкового контролю	Екзамен
Термін викладання	8-й семестр, 15 чверть
Мова викладання	українська

Викладач: к.е.н., професорка кафедри маркетингу Палехова Л.Л.

Пролонговано: на 2024/2025 н.р. _Красовська О.Ю. () «19» 06 2024 р.
(підпис, ПІБ, дата)
на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__» ____ 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

Дніпро
НТУ «ДП»
2023

Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетинг сталого розвитку» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка», каф. маркетингу. Д.: НТУ «ДП», 2023. 19 с.

Розробниця: к.е.н., професорка кафедри маркетингу Палєхова Л.Л.

Робоча програма регламентує:

- мету дисципліни;
- дисциплінарні результати навчання, сформовані на основі трансформації очікуваних результатів навчання освітньої програми;
- базові дисципліни;
- обсяг і розподіл за формами організації освітнього процесу та видами навчальних занять;
- програму дисципліни (тематичний план за видами навчальних занять);
- алгоритм оцінювання рівня досягнення дисциплінарних результатів навчання (шкали, засоби, процедури та критерії оцінювання);
- інструменти, обладнання та програмне забезпечення;
- рекомендовані джерела інформації.

Робоча програма призначена для реалізації компетентнісного підходу під час планування освітнього процесу, викладання дисципліни, підготовки здобувачів до контрольних заходів, контролю провадження освітньої діяльності, внутрішнього та зовнішнього контролю забезпечення якості вищої освіти, акредитації освітніх програм у межах спеціальності.

Погоджено рішенням науково-методичної комісії спеціальності 075 «Маркетинг» (протокол № 11 від 07.07.2023 р.).

ЗМІСТ

1. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.....	4
2. ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ.....	4
3. БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ	5
4. ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ	7
5. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ.....	7
6. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ТА ВИМОГИ.....	9
6.1. Шкали	9
6.2. Засоби та процедури.....	10
6.3. Критерії.....	11
7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	16
8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ.....	16

1. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

В освітньо-професійній програмі «Маркетинг» спеціальності 075 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти здійснено розподіл програмних результатів навчання (ПР) за організаційними формами освітнього процесу. Зокрема, до дисципліни С2 «Маркетинг сталого розвитку» віднесено наступні результати навчання:

ПР8	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища
ПР9	Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
ПР18	Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності
СР2	Демонструвати розуміння концепції сталого розвитку та сучасних підходів до аналізу сталого розвитку; визначення методичних підходів щодо формування стратегії сталого розвитку та управління сталим розвитком, з наступним оцінюванням ефективності впровадження відповідних маркетингових рішень

Мета дисципліни – формування у студентів системних теоретичних знань і практичних навичок щодо маркетингового управління ринковою діяльністю на принципах сталого розвитку. Реалізація мети вимагає трансформації програмних результатів навчання в дисциплінарні.

2. ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Шифр ПРН	Дисциплінарні результати навчання (ДРН)	
	Шифр ДРН	Зміст
ПР8	ПР8.1-С2	знати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта відповідно до глобальних та національних викликів сталого розвитку
	ПР8.2- С2	вміти розробляти маркетингові рішення з метою гнучкої адаптації до змін маркетингового середовища і сприяння досягненню Цілям сталого розвитку України
ПР9	ПР9.1- С2	вміти оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності з метою одночасного досягнення конкурентних переваг та вирішення завдань сталого розвитку
	ПР9.2- С2	вміти встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень в умовах глобальних та національних ланцюгах створення вартості
ПР18	ПР18.1- С2	розуміти відповідальність у професійній маркетинговій діяльності щодо моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства, у тому числі з урахуванням інтересів майбутніх поколінь
СР2	СР2.1- С2	розуміти концепцію сталого розвитку та сучасні підходи до маркетингового аналізу сталого розвитку у різних галузях діяльності
	СР2.2- С2	вміти застосовувати методичних підходів щодо формування маркетингової стратегії сталого розвитку та маркетингового управління сталим розвитком, з наступним оцінюванням

Шифр ПРН	Дисциплінарні результати навчання (ДРН)	
	Шифр ДРН	Зміст
		ефективності впровадження відповідних маркетингових рішень

3. БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна викладається в 8-му семестрі (15 чверті) відповідно до навчального плану. Вивчення курсу ґрунтується на знаннях, отриманих з попередньо вивчених дисциплін, а саме:

Б4 Основи організації бізнесу	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища
	Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень
	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи
Ф8Маркетинго ва товарна політика	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
	Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.
Ф9Маркетинго ве ціноутворення	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
	Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
Ф10 Маркетингові дослідження	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
	Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним
	Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
C1 «Зелений» маркетинг	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища
	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи
	Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості
	Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності
	Застосовувати маркетингові інструменти щодо узгодження економічних та екологічних інтересів суб'єктів споживання, шляхом формування та задоволення попиту на екологічну продукцію з урахуванням раціонального використання природних ресурсів

4. ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Вид навчальних занять	Розподіл за формами навчання, години					
	денна			заочна		
	обсяг	аудиторні заняття	самостійна робота	обсяг	аудиторні заняття	самостійна робота
лекційні	43	26	17	45	8	37
практичні	43	26	17	45	6	39
контрольні заходи	4	4	-	-	-	-
РАЗОМ	90	56	34	90	14	76

5. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Шифри	Види та тематика навчальних занять	Обсяг
-------	------------------------------------	-------

ПР		складови х, години
	ЛЕКЦІЇ	43
ПР8.1-С2 ПР8.2-С2 ПР9.1- С2 ПР9.2- С2	Тема 1 Сутність концепції маркетингу сталого розвитку	5
	1.1 Предмет, поняття та функції маркетингу сталого розвитку	
	1.2 Зміст та взаємозв'язок ключових понять «потреби» і «обмеження» в концепції маркетингу сталого розвитку	
	1.3 Цілі та завдання сталого розвитку до 2030. Глобальні проблеми сталості розвитку ринку та бізнес-діяльності	
	1.4 Тенденції до трансформації функцій маркетингу під впливом викликів сталого розвитку	
ПР9.1- С2 ПР9.2- С2 ПР18.1-С2	Тема 2 Концептуальна модель сталого розвитку бізнесу	5
	2.1 Етапи концептуалізації сталого розвитку	
	2.2 Глобальні рухи та основні міжнародні документи зі сталого розвитку	
	2.3 Взаємозв'язок цілей та завдань глобальної стратегії сталого розвитку, стратегій сталого розвитку країн ЄС та України	
	2.4 Сучасна тенденція до багатомірності концепції сталого розвитку	
	2.5 Вимоги до бізнесу відповідно до Цілей сталого розвитку України на період до 2030 року	
ПР8.1-С2 ПР9.1- С2 ПР18.1- С2 СР2.1- С2	Тема 3 Завдання маркетингу для цілей сталого розвитку бізнесу	5
	3.1 Економічна складова моделі сталого розвитку. Поняття сталої економіки та циркулярної економіки. Завдання маркетингу для цілей економічно сталого розвитку бізнесу	
	3.2. Поняття відповідального споживання та виробництва. Завдання маркетингу для цілей досягнення відповідального споживання та виробництва	
	3.3. Розвиток людського потенціалу і соціальні цінності сталого розвитку. Завдання маркетингу у контексті соціальних цілей сталого розвитку	
	3.4 Екологічна складова моделі сталого розвитку. Завдання маркетингу для вдосконалення екологічної політики на різних рівнях управління ринковою діяльністю	
	3.5 Поняття відкритості та соціальної відповідальності бізнесу. Завдання маркетингу для цілей транспарентності бізнесу	
ПР8.2- С2 ПР9.1- С2 ПР9.2- С2 ПР18.1- С2	Тема 4 Маркетингові дослідження для цілей сталого розвитку	5
	4.1. Основні етапи та особливості розробки програми маркетингового дослідження для цілей сталого розвитку	
	4.2 Обґрунтування вибору методів визначення ключових факторів макро- і мікросередовища для цілей сталого розвитку підприємства	
	4.3 Обґрунтування вибору методів вивчення внутрішніх сил підприємства для цілей конкурентного і сталого розвитку	
	4.4 Визначення місії та стратегічного бачення підприємства для цілей сталого розвитку	
	4.5 Визначення ключових компетенцій підприємства для цілей сталого розвитку	
	4.6 Оцінка факторів галузевої конкуренції бізнесу в залежності від рівня досягнення цілей сталого розвитку	

ПР9.1- С2 ПР9.2- С2 ПР18.1- С2 СР2.1- С2	Тема 5 Маркетингові дослідження у ланцюгах створення вартості	5
	5.1 Поняття ланцюгів створення вартості. Принципи та критерії оцінки ланцюгів створення вартості	
	5.2 Маркетингові інструменти та методи дослідження можливостей та загроз розвитку бізнесу у ланцюгах створення вартості	
	5.3 Розрахунок показників відповідності бізнесу вимогам сталого розвитку у ланцюгах створення вартості	
	5.4 Визначення місії та стратегічного бачення підприємства у ланцюгах створення вартості	
	5.5 Фактори конкуренції у ланцюгах створення вартості в залежності від рівня досягнення цілей сталого розвитку	
	5.6 Оцінка потенціалу розвитку бізнесу у ланцюгах створення вартості	
ПР8.2- С2 ПР9.1- С2 ПР9.2- С2 ПР18.1- С2 СР2.1- С2 СР2.2- С2	Тема 6 Товарна політика у маркетингу сталого розвитку	6
	6.1 Зміст, структура та завдання товарної політики на принципах сталого розвитку	
	6.2 Трансформація концепції продукту у маркетингу сталого розвитку	
	6.3 Критерії та методи аналізу товарного асортименту на принципах сталого розвитку	
	6.4 Конкурентоспроможність товару і методи її визначення на різних стадіях сталого розвитку	
	6.5 Пов'язаність характеристик сталого розвитку товарів уздовж ланцюга створення цінностей	
	6.6 Види товарних стратегій суб'єктів бізнесу на принципах сталого розвитку, їх переваги та недоліки	
ПР8.2- С2 ПР9.2- С2 СР2.1- С2 СР2.2- С2	Тема 7 Цінова політика у маркетингу сталого розвитку	6
	7.1 Зміст, структура та завдання цінової політики на принципах сталого розвитку	
	7.2 Трансформація концепції ціни у маркетингу сталого розвитку	
	7.3 Концепція «справедливої вартості». Міжнародний стандарт фінансової звітності 13 «Оцінка справедливої вартості»	
	7.4 Цінові фактори у конкурентній боротьбі та контекст сталого розвитку	
	7.5 Моделі ціноутворення на принципах сталого розвитку уздовж ланцюга створення цінностей	
	7.6 Цінові стратегії підприємств на принципах сталого розвитку, їх переваги та недоліки	
ПР8.2- С2 ПР9.2- С2 ПР18.1- С2 СР2.1- С2 СР2.2- С2	Тема 8 Добровільні стандарти сталого розвитку в маркетинговій діяльності	6
	8.1 Поняття добровільних стандартів та ініціатив зі сталого розвитку	
	8.2 Види та системи добровільних стандартів сталого розвитку	
	8.3 Цілі та завдання використання добровільних стандартів сталого розвитку у маркетингу	
	8.4 Використання добровільних галузевих стандартів сталого розвитку у маркетингу. Сертифікація та маркування товару на відповідність галузевим стандартам сталого розвитку	
	8.5 Використання добровільних міжгалузевих стандартів	

	соціальної відповідальності в маркетингу. Сертифікація та маркування товару на відповідність міжгалузевим стандартам сталого розвитку	
	8.6 Досвід європейських країн з використання добровільних стандартів сталого розвитку в маркетингу	
	ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ	43
ПР8.1-С2	Тема 1 Сутність концепції маркетингу сталого розвитку	5
ПР8.2- С2	Тема 2 Концептуальна модель сталого розвитку бізнесу	5
ПР9.1- С2	Тема 3 Завдання маркетингу для цілей сталого розвитку бізнесу	5
ПР9.2- С2	Тема 4 Маркетингові дослідження для цілей сталого розвитку	5
ПР18.1- С2	Тема 5 Маркетингові дослідження у ланцюгах створення вартості	5
СР2.1- С2	Тема 6 Товарна політика у маркетингу сталого розвитку	6
СР2.2- С2	Тема 7 Цінова політика у маркетингу сталого розвитку	6
	Тема 8 Добровільні стандарти сталого розвитку в маркетинговій діяльності	6
КОНТРОЛЬНІ ЗАХОДИ		4
РАЗОМ		90

6. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ТА ВИМОГИ

Оцінювання досягнень здобувачів здійснюється за допомогою прозорих процедур, що ґрунтуються на об'єктивних критеріях відповідно до Положення університету «Про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти», <https://cutt.ly/RER787v>. Досягнутий рівень компетентностей відносно очікуваних, що ідентифікований під час контрольних заходів, відображає реальний результат навчання здобувачів за дисципліною.

6.1. Шкали

Оцінювання навчальних досягнень здобувачів НТУ «ДП» здійснюється за рейтинговою (100-бальною) та інституційною шкалами. Остання необхідна (за офіційною відсутністю національної шкали) для конвертації (переведення) оцінок мобільних здобувачів.

Шкали оцінювання навчальних досягнень здобувачів НТУ «ДП»

Рейтингова	Інституційна
90...100	відмінно / Excellent
74...89	добре / Good
60...73	задовільно / Satisfactory
0...59	незадовільно / Fail

Кредити навчальної дисципліни зараховуються, якщо здобувач отримав підсумкову оцінку не менше 60-ти балів. Нижча оцінка вважається академічною заборгованістю, що підлягає ліквідації відповідно до Положення про організацію освітнього процесу НТУ «ДП».

6.2. Засоби та процедури

Зміст засобів діагностики спрямовано на контроль рівня сформованості знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності здобувачів за

вимогами НРК до 6-го кваліфікаційного рівня під час демонстрації регламентованих робочою програмою результатів навчання.

Здобувачі на контрольних заходах мають виконувати завдання, орієнтовані на демонстрацію дисциплінарних результатів навчання.

Засоби діагностики, що надаються здобувачам на контрольних заходах у вигляді завдань для поточного та підсумкового контролю, формуються шляхом конкретизації вихідних даних та способу демонстрації дисциплінарних результатів навчання.

Засоби діагностики (контрольні завдання) для поточного та підсумкового контролю дисципліни затверджуються кафедрою.

Види засобів діагностики та процедур оцінювання для поточного та підсумкового контролю дисципліни подано нижче.

Засоби діагностики та процедури оцінювання

ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ			ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	
навчальне заняття	засоби діагностики	процедури	засоби діагностики	процедури
лекції	експрес-опитування за кожною темою	відповідь на запитання під час лекцій	протягом семестру передбачено 2 комплексні контрольні роботи (ККР)	визначення середньозваженого результату поточних контролів
практичні	контрольні завдання за кожною темою	виконання завдань під час практичних занять	екзамен	складання екзамену
	індивідуальне завдання	виконання завдань під час самостійної роботи		

Під час поточного контролю практичні заняття оцінюються якістю виконання завдань.

Здобувачі вищої освіти отримують підсумкову оцінку з навчальної дисципліни на підставі складання екзамену.

Поточна успішність складається з успішності за одну контрольну роботу (максимально оцінюється у 24 балів), оцінок за роботу на практичних заняттях (13 занять по 4 балів, здобувач може отримати максимально 52 бали) та оцінок за виконання самостійної роботи (24 балів: 6 презентацій, які захищаються на практичних заняттях, де кожна оцінюється максимально по 4 бали). Отримані бали за контрольні роботи, практичні заняття та виконання самостійної роботи додаються. Максимально за поточною успішністю здобувач може набрати 100 балів.

Підсумкове оцінювання	Екзамен відбувається у формі письмового іспиту, екзаменаційні білети складаються з 10 тестових завдань, 2 відкритих запитань та однієї задачі. Кожний тест має один правильний варіант відповіді. Правильна відповідь на тестове завдання оцінюється у 2 бали. Правильна відповідь на відкрите запитання оцінюється у 20 балів. Відкриті запитання оцінюються шляхом співставлення з еталонними відповідями. Правильне вирішення задачі передбачає отримання 40 балів. Максимальна кількість балів за екзамен: 100
------------------------------	--

Практичні заняття	Активні форми заняття, де відпрацьовуються навички критичного мислення та аналізу, комплексного вирішення проблем, з використанням індивідуального та креативного підходу. Відбувається вирішення тестових завдань, дискусії, обговорення. Максимально оцінюються у 52 балів (13 занять × 4 балів/заняття).
Самостійна робота	Кожен здобувач/ка повинен/на підготувати по 6 презентацій, які необхідно захистити на практичних заняттях. Кожна презентація оцінюється по 4 балів. Максимально оцінюється в 24 бали (6 презентації × 4 бали).
Контрольні заходи	Одна контрольна робота максимально оцінюється у 24 бали.

6.3. Критерії

6.3.1. Критерії оцінювання *практичного заняття*:

Кожне практичне завдання оцінюється за двома складовими: тестові завдання та участь у дискусіях.

Тестові завдання складаються з 4 тестів, де є одна правильна відповідь. За умови правильного вирішення одного тестового завдання здобувач отримує 0,5 балів. Максимальна кількість набраних балів за тестові завдання – 2 бали.

Участь у дискусіях оцінюється в 2 бали.

6.3.2. Критерії оцінювання *самостійної роботи*:

Оцінювання самостійної роботи відбувається через захист презентацій на практичних заняттях, де:

4 бали – студент/ка демонструє повне розуміння теми; може точно відповісти на всі запитання одногрупників щодо даної теми; ділиться думками з іншими учасниками групи; говорить чітко впродовж 95-100% всього часу презентації, використовує закінчення речення і не використовує слова помилково; застосовує відповідну лексику для аудиторії, розширює словниковий запас аудиторії, використовує нові слова для більшості слухачів; уважно слухає одногрупників, детально відповідає на всі питання форми оцінювання і завжди дає оцінки на основі презентації, а не інших факторів;

3 бали – студент/ка демонструє розуміння теми; відповідає на більшість запитань одногрупників щодо даної теми; говорить зрозуміло впродовж 80-90% всього часу, використовує закінчення речення і не використовує слова помилково; застосовує відповідну лексику для аудиторії, розширює словниковий запас аудиторії; слухає одногрупників, відповідає майже всі питання форми оцінювання та інколи дає оцінки на основі презентації, а не інших факторів;

2 бали - студент/ка демонструє розуміння теми; не відповідає на деякі запитання одногрупників щодо даної теми; говорить зрозуміло, використовує закінчення речення, але завжди вірно трактує деякі терміни, використовує слова помилково; слухає одногрупників, інколи ставить уточнюючі питання;

1 бал - студент/ка демонструє розуміння теми, однак, не відповідає на деякі запитання одногрупників щодо даної теми; використовує закінчення речення, але невірно трактує деякі терміни, використовує слова помилково; слухає одногрупників, уточнюючі питання не ставить.

6.3.3. Критерії оцінювання *письмової контрольної роботи*:

Контрольна робота містить: 7 тестових завдань з трьома варіантами відповідей, правильна відповідь оцінюється у 2 бали, два відкритих питання, де правильна відповідь оцінюється по 5 балів, де:

5 балів – високий рівень викладення текстової відповіді, що відповідає предмету поставленого питання, зроблено власний висновок щодо проблематики поставленого запитання; відсутність помилок в граматиці та/або орфографії;

4 бали – середній рівень викладення текстової відповіді, що відповідає предмету поставленого питання, зроблено власний висновок щодо проблематики поставленого запитання; відсутність помилок в граматиці та/або орфографії;

3 бали – наявність текстової відповіді, яка відповідає предмету поставленого питання, однак власна думка не висловлена, містить граматичні та орфографічні помилки;

2 бали - наявність текстової відповіді, яка не в повній мірі відповідає предмету поставленого питання, виявлення запозиченого матеріалу з мережі Інтернет та/або з інших джерел, містить суттєві граматичні та орфографічні помилки, які ускладнюють розуміння тексту або викривляють зміст повідомлення;

1 бал – наявність текстової відповіді, яка не відповідає предмету поставленого питання, виявлення списаного матеріалу з мережі Інтернет та/або з інших джерел, містить суттєві граматичні та орфографічні помилки, які ускладнюють розуміння тексту або викривляють зміст повідомлення.

Контрольні роботи, самостійна робота та робота на практичних заняттях оцінюються експертно за допомогою критеріїв, що характеризують співвідношення вимог до рівня компетентностей і показників оцінки за рейтинговою шкалою.

Зміст критеріїв спирається на компетентнісні характеристики, визначені НРК для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (подано нижче).

Загальні критерії досягнення результатів навчання для 6-го кваліфікаційного рівня за НРК

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
<i>Знання</i>		
♦ концептуальні наукові та практичні знання, критичне осмислення теорій, принципів, методів і понять у сфері професійної діяльності та/або навчання	Відповідь відмінна – правильна, обґрунтована, осмислена. Характеризує наявність: - концептуальних знань; - високого ступеню володіння станом питання; - критичного осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	95-100
	Відповідь містить негрубі помилки або описки	90-94
	Відповідь правильна, але має певні неточності	85-89
	Відповідь правильна, але має певні неточності й	80-84

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
	недостатньо обґрунтована	
	Відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена	74-79
	Відповідь фрагментарна	70-73
	Відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про об'єкт вивчення	65-69
	Рівень знань мінімально задовільний	60-64
	Рівень знань незадовільний	<60
Уміння/навички		
♦ поглиблені когнітивні та практичні уміння/навички, майстерність та інноваційність на рівні, необхідному для розв'язання складних спеціалізованих задач і практичних проблем у сфері професійної діяльності або навчання	Відповідь характеризує уміння: - виявляти проблеми; - формулювати гіпотези; - розв'язувати проблеми; - обирати адекватні методи та інструментальні засоби; - збирати та логічно й зрозуміло інтерпретувати інформацію; - використовувати інноваційні підходи до розв'язання завдання	95-100
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності з негрубими помилками	90-94
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації однієї вимоги	85-89
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації двох вимог	80-84
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації трьох вимог	74-79
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації чотирьох вимог	70-73
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності при виконанні завдань за зразком	65-69
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання при виконанні завдань за зразком, але з неточностями	60-64
	рівень умінь/навичок незадовільний	<60
Комунікація		
♦ донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень, власного досвіду та аргументації; ♦ збір, інтерпретація	Вільне володіння проблематикою галузі. Зрозумілість відповіді (доповіді). Мова: - правильна; - чиста; - ясна; - точна; - логічна; - виразна;	95-100

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
та застосування даних; ♦ спілкування з професійних питань, у тому числі іноземною мовою, усно та письмово	- лаконічна. Комунікаційна стратегія: - послідовний і несуперечливий розвиток думки; - наявність логічних власних суджень; - доречна аргументації та її відповідність відстоюваним положенням; - правильна структура відповіді (доповіді); - правильність відповідей на запитання; - доречна техніка відповідей на запитання; - здатність робити висновки та формулювати пропозиції	
	Достатнє володіння проблематикою галузі з незначними хибами. Достатня зрозумілість відповіді (доповіді) з незначними хибами. Доречна комунікаційна стратегія з незначними хибами	90-94
	Добре володіння проблематикою галузі. Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добре володіння проблематикою галузі. Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано чотири вимоги)	80-84
	Добре володіння проблематикою галузі. Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано п'ять вимог)	74-79
	Задовільне володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано сім вимог)	70-73
	Часткове володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано дев'ять вимог)	65-69
	Фрагментарне володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано 10 вимог)	60-64
	Рівень комунікації незадовільний	<60
Відповідальність і автономія		
♦ управління складною технічною або професійною діяльністю чи проектами; ♦ спроможність	Відмінне володіння компетенціями менеджменту особистості, орієнтованих на: 1) управління комплексними проектами, що передбачає: - дослідницький характер навчальної діяльності, позначена вмінням самостійно оцінювати різноманітні	95-100

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
нести відповідальність за вироблення та ухвалення рішень у непередбачуваних робочих та/або навчальних контекстах; ♦ формування суджень, що враховують соціальні, наукові та етичні аспекти; ♦ організація та керівництво професійним розвитком осіб та груп; ♦ здатність продовжувати навчання із значним ступенем автономії	життєві ситуації, явища, факти, виявляти і відстоювати особисту позицію; - здатність до роботи в команді; - контроль власних дій; 2) відповідальність за прийняття рішень в непередбачуваних умовах, що включає: - обґрунтування власних рішень положеннями нормативної бази галузевого та державного рівнів; - самостійність під час виконання поставлених завдань; - ініціативу в обговоренні проблем; - відповідальність за взаємовідносини; 3) відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб, що передбачає: - використання професійно-орієнтовних навичок; - використання доказів із самостійною і правильною аргументацією; - володіння всіма видами навчальної діяльності; 4) здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності, що передбачає: - ступінь володіння фундаментальними знаннями; - самостійність оцінних суджень; - високий рівень сформованості загальнонавчальних умінь і навичок; - самостійний пошук та аналіз джерел інформації	
	Упевнене володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано дві вимоги)	90-94
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано чотири вимоги)	80-84
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано шість вимог)	74-79
	Задовільне володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано сім вимог)	70-73
	Задовільне володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано вісім вимог)	65-69
	Рівень відповідальності і автономії фрагментарний	60-64
	Рівень відповідальності і автономії незадовільний	<60

7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

На навчальних заняттях здобувачі повинні мати: гаджети з можливістю підключення до Інтернету; перевірений доступ до застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; Zoom; інстальований на ПК та /або мобільних гаджетах пакет

програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point); активований акаунт університетської пошти (student.i.p.@nmu.one) на Office365.

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна література:

- 1 Палехова Л. Л. Управління сталим розвитком: довідник базових понять. Дніпро : НТУ «Дніпровська Політехніка», 2020. 332 с.
- 2 Маркетингові дослідження сталого розвитку в умовах глобальних викликів : монографія. За заг. ред. проф. М. М. Новікової. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків, 2018. 240 с.
- 3 Sustainable Global Value Chains. Natural Resource Management in Transition. Vol. 2. Springer, Berlin Heidelberg, 2019. 1071 p.
- 4 Sustainability in the industrial sector: Proceedings of the Study Seminar at NTU Dnipro Polytechnic-BTU Cottbus-Senftenberg, 24th Dec. 2020 – 18th Jan. 2021. Eds: Shvets V., Paliekhova L. Dnipro-Cottbus: Accent, 2021. 192 p.

Додаткова література:

- 5 Палехова Л. Л. Адаптивний маркетинг у контексті завдань циркулярної економіки. *Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Розвиток співробітництва між Європейським Союзом та Україною» (EU-Ukraine Cooperation)*. Львівська політехніка, 2020. С. 138-140.
- 6 Палехова Л. Л. Маркетинг органічної продукції: контекст відповідального споживання і виробництва. *Маркетинг в Україні*. 2021, № 3. С. 26-29. <http://uam.in.ua/upload/iblock/fb4/fb460172fb645e82e472ac9b138f05a9.pdf>.
- 7 Палехова Л. Л. Стратегія бенчмаркінгу для планування сталого розвитку підприємства у промислових ланцюгах створення вартості. *Економічний вісник*. 2021, № 3. С. 54-61. DOI: <https://doi.org/10.33271/ebdut/75.054>.
- 8 Палехова Л. Л. Еко-інноваційний зміст добровільних стандартів у просуванні продукції органічного виробництва. *Перспективи еко-інноваційного розвитку сільськогосподарського виробництва: матеріали ІІ Міжнар. наук.-практ. конф.* Полтава : РВВ ПДАУ, 2020 (161с.). С. 91-93.
- 9 Палехова Л. Л. Принципи сталого виробництва і споживання у продажах. *Управління проектами: проектний підхід в сучасному менеджменті: Матеріали ХІ Міжнародної науково-практичної конференції фахівців, магістрантів, аспірантів та науковців*. Одеса: ОДАБА. 2020 (358с.). С. 291-295.
- 10 Управление устойчивым развитием в условиях переходной экономики: монография. 2-изд, пер. и доп. Ред. М. Шмидт, Б. Хансманн, Д. А. Палехов, Г. Г. Пивняк, Ю. С. Шемшученко, А. Ф. Павленко, А. Г. Шапарь, В. Я. Швец, Л. Л. Палехова. Днепропетровск-Коттбус : НГУ-БТУ, 2016. 433 с. https://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/11753/1/Getman_Zuev_98-109.pdf.

- 11 Швець В. Я., Палєхова Л. Л., Палєхов Д. Адаптивний менеджмент для цілей циркулярної економіки. *Будівництво, матеріалознавство, машинобудування: зб. наук. праць*. ДВНЗ «Піднепр. держ. академія буд-ва і архітектури». Серія: Створення високотехнологічних екокомплексів в Україні на основі концепції збалансованого (сталого) розвитку. Дніпро, 2017. С. 207-212. http://nbuv.gov.ua/UJRN/smmcvtek_2017_99_31.
- 12 Gomme J. (2020) 6 themes for scaling corporate action on the SDGs. <https://www.greenbiz.com/article/6-themes-scaling-corporate-action-sdgs>.
- 13 Palekhov D., Palekhova L. Responsible Mining: Challenges, Perspectives and Approaches. Sustainable Global Value Chains. Natural Resource Management in Transition. Eds.: Giovannucci D., Hansmann B., Palekhov D., Schmidt M. (Vol. 2. Springer-Verlag, Berlin Heidelberg, 2019. P. 521-544. DOI: 10.1007/978-3-319-14877-9_28
- 14 Palekhov D., Hansmann B. Functions of voluntary sustainability standards in the global value chains. Scientific Bulletin of National Mining University. 2016, № 2. P. 157-161.
- 15 Palekhov D., Palekhova L. Conceptual framework for balancing economic growth and environmental sustainability at regional level. Scientific Bulletin of NMU. 2016, № 1. P.144-148.
- 16 Palekhov D., Palekhova L. Environmental sustainability in achieving the sustainable production and consumption: challenges of a Post-Soviet transition economy. *Transposition of the Acquis Communautaire – Migration and Environment*. Umweltrecht in Forschung und Praxis 66. Verlag Dr. Kovač, Hamburg, 2021. P. 60-87.
- 17 Palekhov D., Palekhova L. Methodical approaches to increasing the energy efficiency of global value chains. *Naukovyi Visnyk NHU*. 2018, № 6. P.165-172.
- 18 Palekhova L. Achieving the competitiveness through public accountability on sustainable development. *Науковий вісник НГУ*. 2016. № 2. С. 162–167. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvngu_2016_2_30.
- 19 Palekhova L., Palekhov D. Anwendung von Energieeffizienz-kriterien für Marktstrategien von Großunternehmen in den Transformationsländern. *Energieeffizienz im Bauund Maschinenwesen [Herausgeber: K.Fraña, S.Simon, J.Grunewald]*. Technische Universität in Liberec, 2017. P. 44-53.
- 20 Palekhova L. Positioning of industrial enterprises based on voluntary energy standards. 4. *Ingenieurtagder Fakultät Maschinenbau Elektro- und Energiesysteme und der Fakultät Architektur, Bauingenieurwesen und Stadtplanung, neseff-Netzwerktreffen 2018*. Brandenburgische Technische Universität Cottbus-Senftenberg, 2018. P. 11-19.
- 21 Shvets V., Palekhova L., Palekhov D., Simon S. Energy efficiency criteria as a focus for market-driven strategies of large companies in transition economies. *Naukovyi Visnyk NHU*. № 6. 2018. DOI: 10.29202/nvngu/2018/23.

Навчальне видання

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Маркетинг сталого розвитку»
для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності 075 «Маркетинг»

Розробниця:
Людмила Львівна Палехова

В редакції авторки

Підготовлено до виходу в світ
у Національному технічному університеті
«Дніпровська політехніка».
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 1842
49005, м. Дніпро, просп. Д. Яворницького, 19