



Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»



Кафедра маркетингу

«ЗАТВЕРДЖЕНО»
завідувач кафедри маркетингу

Касян С.Я. Касян С.Я.
«10» липня 2022 року

РОБОЧА ПРОГРАМА
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«ЕКОЛОГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ»

Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Освітньо-професійна програма	«Маркетинг»
Спеціалізації	-
Статус	Обов'язкова
Загальний обсяг	4 кредити ЄКТС (120 годин)
Форма підсумкового контролю	Екзамен
Термін викладання	6-й семестр, (11-12 чверті)
Мова викладання	українська

Викладач: д.е.н., професор, професор кафедри маркетингу Безугла Л.С.

Пролонговано: на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__» __ 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__» __ 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

Дніпро
НТУ «Дніпровська політехніка»
2022

Робоча програма навчальної дисципліни «Екологічний маркетинг» для бакалаврів освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності 075 Маркетинг. Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка», каф. маркетингу. Д.: НТУ «ДП», 2022. 14 с.

Розробниця: д.е.н., професор, професорка кафедри маркетингу Безугла Л.С.

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 №7 від 07.07.2022 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	5
5. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ	6
6. ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	7
6.1. Шкали.....	7
6.2. Засоби та процедури	7
6.3. Критерії	8
7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	12
8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ.....	13

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 С1 «Екологічний маркетинг» віднесено наступні результати навчання:

ПР8	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
ПР13	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
ПР15	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.
ПР18	Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
СР1	Застосовувати маркетингові інструменти для узгодження економічних, екологічних, соціальних інтересів суб'єктів ринку в умовах досягнення цілей сталого розвитку.

Мета дисципліни – формування соціально-відповідального світогляду та системи теоретичних знань у сфері екологічного маркетингу, усвідомлення необхідності та реальної можливості вдосконалення процесу реалізації екологічних товарів та послуг за допомогою маркетингового інструментарію

Реалізація мети вимагає трансформації програмних результатів навчання в дисциплінарні.

2. ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Шифр ПР	Дисциплінарні результати навчання (ДРН)	
	Шифр ДРН	Зміст
ПР8	ПР8.1-С1	враховувати екологічні аспекти при виробництві товарів/робіт/послуг, які сприяють зниженню негативного впливу на навколишнє середовище
ПР13	ПР13.1-С1	приймати маркетингові рішення у системі оцінювання й трансформації потреб споживачів в екологічно орієнтований попит
	ПР13.2-С1	реалізовувати рішення відносно можливості просування екологічної продукції на ринок
ПР15	ПР15.1-С1	знати законодавчі вимоги щодо екологічної сертифікації товарів, виробити стійке уявлення про основні положення здійснення екологічного маркетингу на засадах соціально-етичного принципу
ПР18	ПР18.1-С1	розробляти стратегію маркетингової діяльності екологічно-орієнтованого підприємства
СР1	СР1.1-С1	використовувати маркетингові інструменти на ринку екологічних товарів та послуг в умовах соціально-відповідального бізнесу
	СР1.2-С1	знати особливості ведення ефективного підприємництва в розрізі сталого розвитку

3. БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна викладається в 6-му семестрі (11, 12 чвертях) відповідно до навчального плану. Вивчення курсу ґрунтується на знаннях, отриманих з попередньо вивчених дисциплін, а саме:

Б4 Основи організації бізнесу	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності
Ф1 Маркетинг	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
	Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
Ф4 Етика маркетингу	Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
Ф8 Маркетингова товарна політика	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
Ф18 Маркетингові комунікації	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію
Ф19 Маркетинг послуг	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

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	56	17	39	56	6	50
практичні	64	34	30	64	6	58
РАЗОМ	120	51	69	120	12	108

5. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Шифри ПР	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	ЛЕКЦІЇ	56
ПР8.1-С1 ПР18.1-С1	<p>Тема 1. Теоретичні аспекти екологічного маркетингу.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Поняття та еволюція екологічного маркетингу. 2. Екологічні потреби і екологічні товари як основні категорії екологічного маркетингу. 3. Політика ЄС щодо розвитку «зеленого» бізнесу. 	6
ПР8.1-С1 СР1.1-С1 СР1.2-С1	<p>Тема 2. Екологічний маркетинг в контексті сталого розвитку.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Екологічна свідомість. 2. Концепція екологічного відповідального бізнесу. 3. Проблеми економії і раціонального використання природних і матеріальних ресурсів. 2. Міжнародні природоохоронні конвенції. 	8
ПР15.1-С1 ПР18.1-С1	<p>Тема 3. Екологічна політика України.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Екологічне законодавство для МСП в Україні. 2. Державна служба охорони довкілля. 3. Інструменти реалізації екологічної політики. 4. Труднощі екологічного регулювання МСП 5. Модель «зеленої» економіки. 	9
ПР8.1-С1 ПР18.1-С1	<p>Тема 4. Ідеї для розвитку «зеленого» бізнесу.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Органічна продукція. 2. Відновлювані джерела енергії. 3. Екологічне будівництво. 4. Сталий (зелений) транспорт. 5. Зелений туризм. 6. Переробка відходів і повторне використання матеріалів. 7. Ландшафтний дизайн. 8. Інтеграція екологічних аспектів у підприємницьку діяльність. 	9
ПР8.1-С1 ПР15.1-С1	<p>Тема 5. Екологічне маркування та сертифікація.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Екологічне маркування. 2. Екологічне пакування. 3. Екологічна сертифікація. 	7
ПР13.1-С1 СР1.1-С1 СР1.2-С1	<p>Тема 6. Поведінка споживачів щодо екологічно безпечної продукції.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ставлення населення до екологічних проблем. 2. Екоатрибутивність споживчого вибору та його типи за мотивацією. 3. Етапи сприйняття споживачами екологічних товарів. 4. Сегментація «зелених» споживачів. 5. Вплив маркетингових комунікацій на поведінку споживачів. 6. Greenwashing. 	9
ПР13.2-С1 ПР18.1-С1 СР1.1-С1 СР1.2-С1	<p>Тема 7. Ефективний «зелений» бізнес.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. «Зелений» офіс. «Зелена» корпоративна культура. «Зелена» реклама (Green Advertising). Підтримка «зелених» ініціатив. «Зелений» сайт. 2. Проблеми та перспективи екологічного маркетингу в Україні. 3. «Зелене» споживання та формування його сучасної моделі. 	8

Шифри ПР	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	4. Екологічний маркетинг як інструмент поліпшення іміджу підприємства.	
	ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ	64
ПР8.1-С1 ПР13.1-С1 ПР13.2-С1 ПР15.1-С1 ПР18.1-С1 СР1.1-С1 СР1.2-С1	Тема 1. Теоретичні аспекти екологічного маркетингу.	9
	Тема 2. Екологічний маркетинг в контексті сталого розвитку.	9
	Тема 3. Екологічна політика України.	9
	Тема 4. Ідеї для розвитку «зеленого» бізнесу.	10
	Тема 5. Екологічне маркування та сертифікація.	9
	Тема 6. Поведінка споживачів щодо екологічно безпечної продукції.	9
	Тема 7. Ефективний «зелений» бізнес.	9
РАЗОМ		120

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», <http://surl.li/bgruz>. 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/навичок, комунікації, відповідальності та автономії 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	контрольні завдання	виконання завдання під час лекцій	комплексна контрольна робота (ККР)	визначення сумарного результату поточних контролів
практичні	контрольні завдання за кожною темою	виконання завдань під час практичних занять		виконання ККР під час екзамену за бажанням студента
	індивідуальне завдання	виконання завдань під час самостійної роботи		

Під час поточного контролю лекційні заняття оцінюються шляхом визначення якості виконання контрольних конкретизованих завдань. Практичні заняття оцінюються якістю виконання контрольних та індивідуальних завдань.

За наявності рівня результатів поточних контролів з усіх видів навчальних занять не менше 60 балів, підсумковий контроль здійснюється без участі студента шляхом визначення середньозваженого значення поточних оцінок.

Незалежно від результатів поточного контролю кожен студент під час екзамену має право виконувати ККР, яка містить завдання, що охоплюють ключові дисциплінарні результати навчання.

Кількість конкретизованих завдань ККР повинна відповідати відведеному часу на виконання. Кількість варіантів ККР має забезпечити індивідуалізацію завдання.

Значення оцінки за виконання ККР визначається середньою оцінкою складових (конкретизованих завдань) і є остаточним.

6.3. Критерії

Реальні результати навчання студента ідентифікуються та вимірюються відносно очікуваних під час контрольних заходів за допомогою критеріїв, що описують дії студента для демонстрації досягнення результатів навчання.

Для оцінювання виконання контрольних завдань під час поточного контролю лекційних і практичних занять в якості критерію використовується коефіцієнт засвоєння, що автоматично адаптує показник оцінки до рейтингової шкали:

$$O_i = 100 a/m,$$

де, a – число правильних відповідей або виконаних суттєвих операцій відповідно до еталону рішення; m – загальна кількість запитань або суттєвих операцій еталону.

Індивідуальні завдання та комплексні контрольні роботи 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
Знання		
♦ 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 недостатньо обґрунтована	80-84
	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	Відповідь характеризує уміння: - виявляти проблеми; - формулювати гіпотези; - розв'язувати проблеми; - обирати адекватні методи та інструментальні засоби;	95-100

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
рівні, необхідному для розв'язання складних спеціалізованих задач і практичних проблем у сфері професійної діяльності або навчання	<ul style="list-style-type: none"> - збирати та логічно й зрозуміло інтерпретувати інформацію; - використовувати інноваційні підходи до розв'язання завдання 	
	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
Комунікація		
<ul style="list-style-type: none"> ♦ донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень, власного досвіду та аргументації; ♦ збір, інтерпретація та застосування даних; ♦ спілкування з професійних питань, у тому числі іноземною мовою, усно та письмово 	<p>Вільне володіння проблематикою галузі. Зрозумілість відповіді (доповіді). Мова:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильна; - чиста; - ясна; - точна; - логічна; - виразна; - лаконічна. <p>Комунікаційна стратегія:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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; 	95-100

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
	- 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
<i>Відповідальність і автономія</i>		
<ul style="list-style-type: none"> ◆ управління складною технічною або професійною діяльністю чи проектами; ◆ спроможність нести відповідальність за вироблення та ухвалення рішень у непередбачуваних робочих та/або 	<p>Відмінне володіння компетенціями менеджменту особистості, орієнтованих на:</p> <p>1) управління комплексними проектами, що передбачає:</p> <ul style="list-style-type: none"> - дослідницький характер навчальної діяльності, позначена вмінням самостійно оцінювати різноманітні життєві ситуації, явища, факти, виявляти і відстоювати особисту позицію; - здатність до роботи в команді; - контроль власних дій; <p>2) відповідальність за прийняття рішень в непередбачуваних умовах, що включає:</p>	95-100

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
<p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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: <ul style="list-style-type: none"> - використання професійно-орієнтованих навичок; - використання доказів із самостійною і правильною аргументацією; - володіння всіма видами навчальної діяльності; 4) здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності, що передбачає: <ul style="list-style-type: none"> - 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

1. Koshkalda, I. & Bezuhla, L. & Nihatova, O. & Ilchenko, T. (2020) Brand as a marketing tool for growth in organic sales: Evidence from Ukraine. *International Journal of Technology Management & Sustainable Development*, Volume 19 Number 3 pp. 297-316 DOI: https://doi.org/10.1386/tmsd_00028_1
2. Bezuhla, L., Koshkalda, I., Perevozova, I., Kasian, S. & Hrechanyk, N. (2022). Marketing Management of the Regional Ecotourism Infrastructure. *International Journal of Industrial Engineering & Production Research*. 33 (1), 1-11. doi: 10.22068/ijiepr.33.1.3
3. Kalchenko, S., Hutorov, A., Bezuhla, L., Leushina, O., Popova, T. & Dorokhov, O. (2021). Managing the socio-economic development of small forms of green tourism. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Series II: Forestry, Wood Industry, Agricultural Food Engineering*. 14(63) 1, 141-152. doi : <https://doi.org/10.31926/but.fwiafe.2021.14.63.1.13>
4. Безугла, Л.С. (2020). Особливості маркетингової діяльності у сфері туристичних послуг. *Існуюча практика та новітні тенденції в управлінні суб'єктами господарювання різних організаційно-правових форм* : колективна монографія / за ред. Л.М. Савчук, Л.М. Бандоріної. Дніпро : Пороги. С. 515-523
5. Bezuhla, L. (2020). Impact of the macro environment on the ecotourist infrastructure. *Journal «Green, Blue & Digital Economy Journal»*. Vol. 1, No. 2. 33-38. DOI: <https://doi.org/10.30525/2661-5169/2020-2-6>
6. Безугла, Л.С. (2020). Регіональний розвиток екотуризму на засадах функціонування природно-заповідного фонду Дніпропетровської області. *Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу. Серія: Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості. №1(21)*. С.23-132. DOI: 10.31471/2409-0948-2020-1(21)-123-132
7. Безугла, Л. С. (2020). Маркетинговий аналіз плодоовочевого ринку в контексті виробництва біологічно цінних харчових продуктів. *Збірник наукових праць «Економічний простір»*. № 154. С. 31-35. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/154-5>
8. Безугла, Л.С. & Куваєва, Т.В. (2021). Формування соціально-етичного маркетингу в діяльності організацій. *Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу. Серія: Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості. № 2 (24)*. С. 69-77. DOI: [https://doi.org/10.31471/2409-0948-2021-2\(24\)-69-77](https://doi.org/10.31471/2409-0948-2021-2(24)-69-77)
9. Koshkalda, I., Bezuhla, L., Nihatova, O., & Ilchenko, T. (2021). The role of organic brand in the development of farmers' association. Evidence from Ukraine. *Advanced Trends in ICT for Innovative Business Management*. Taylor & Francis by CRC Press. pp. 171 – 187.
10. Замула, І. В. (2016). Екологічний маркетинг як інструмент забезпечення стійкого розвитку. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*, 2016, (1(34)), 82–93.
11. Владимірова М.С. (2016). Формування екологічного маркетингу на підприємстві. *Молодий вчений*, № 4 (31), 2016, С.35-38

Навчальне видання

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Екологічний маркетинг»
для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
ОПП «Маркетинг» зі спеціальності 075 Маркетинг

Розробниця:
Безугла Людмила Сергіївна

В редакції авторки

Електронний ресурс

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