



**Силабус навчальної дисципліни**  
**«Соціальний маркетинг»**

Спеціальність	022 «Дизайн»
Освітня програма	Бізнес-дизайн
Освітній рівень	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Статус дисципліни	Вибіркова
Мова викладання, навчання та оцінювання	Українська
Курс / семестр	2 курс 3 семестр або 2 курс 4 семестр, або 3 курс 5 семестр, або 3 курс 6 семестр, або 4 курс 7 семестр, або 4 курс 8 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	5 кредитів
Розподіл годин за формами освітнього процесу та видами навчальних занять	Лекції – 24 год. Практичні (семінарські) – 24 год. Лабораторні – 0 год. Самостійна робота – 102 год.
Форма семестрового контролю	Екзамен
Кафедра	Кафедра маркетингу, 1 корпус, 4 пов., ауд. 413, тел. (057) 702-02-65 (3-66), сайт кафедри: <a href="https://dom.hneu.edu.ua/">https://dom.hneu.edu.ua/</a>
Викладач (-і)	Лисиця Надія Михайлівна, д.с.н., професор
Контактна інформація викладача (-ів)	<a href="mailto:nmya0908@gmail.com">nmya0908@gmail.com</a>
Дні навчальних занять	Лекція: <u><a href="#">згідно діючого розкладу занять</a></u> Практичні: <u><a href="#">згідно діючого розкладу занять</a></u>
Консультації	На кафедрі маркетингу, очні, відповідно до графіку консультацій, індивідуальні, чат в ПНС
Мета навчальної дисципліни: є формування у майбутніх фахівців системи знань в напрямку реалізації соціального маркетингу та практичних навичок щодо застосування концептуальних основ і технологій маркетингової діяльності в соціальній сфері, принципів та компетентностей соціальної відповідальності, методів соціального партнерства.	
<b>Структурно-логічна схема вивчення дисципліни:</b>	
<b>Пререквізити</b>	<b>Постреквізити</b>
-	-
-	-
<b>Зміст навчальної дисципліни</b>	
Змістовний модуль 1. <i>Соціальна сутність маркетингу.</i>	
Тема 1. Соціальна сфера як об'єкт маркетингової діяльності.	
Тема 2. Маркетинг освітніх установ.	
Тема 3. Маркетинг освітніх установ.	
Тема 4. Розвиток соціально-відповідального маркетингу у сучасних реаліях.	
Тема 5. Навіщо бізнесу соціальний маркетинг.	
Тема 6. Соціальний маркетинг як маркетинг соціально значимих проблем	
Змістовний модуль 2. <i>Механізми соціального маркетингу.</i>	
Тема 7. Соціальний маркетинг vs комерційний.	
Тема 8. Соціальний маркетинг: цілі, види, приклади.	
Тема 9. Організація соціального маркетингу.	
Тема 10. Соціальний маркетинг у спортивній сфері	
Тема 11. Соціальний маркетинг у галузі охорони здоров'я	
Тема 12. Соціальна концепція маркетингу	



### **Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни**

*Мультимедійний проектор, ПНС ХНЕУ ім.С.Кузнеця, ZOOM*

#### **Форми та методи оцінювання**

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, практичних (семінарських) занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів (максимальна сума – 60 балів; мінімальна сума, що дозволяє студенту скласти іспит – 35 балів).

Підсумковий контроль результатів навчання у студентів здійснюється на підставі проведення семестрового екзамену. Результат семестрового екзамену оцінюється в балах (максимальна кількість – 40 балів, мінімальна кількість, що зараховується, – 25 балів). Студента слід вважати атестованим, якщо сума балів, одержаних за результатами підсумкової/семестрової перевірки успішності, дорівнює або перевищує 60. Мінімум можлива кількість балів за поточний і модульний контроль упродовж семестру – 35 та мінімум можлива кількість балів, набраних на екзамені – 25.

Поточний контроль включає наступні контрольні заходи: завдання за темами, поточні контрольні роботи, презентації за темами та написання есе.

***Більш детальна інформація щодо системи оцінювання та накопичування балів з навчальної дисципліни наведена у робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.***

#### **Політики навчальної дисципліни**

Викладання навчальної дисципліни ґрунтується на засадах академічної доброчесності. Порушеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво, необ'єктивне оцінювання. За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти притягуються до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання відповідного виду навчальної роботи

***Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм та методів оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни.***