



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

|  |  |
|--|--|
| Спеціальність                                  | 075 «Маркетинг»  |
| Освітня програма                               | «Маркетинг»  |
| Освітній рівень                                | третій (освітньо-науковий)   |
| Статус дисципліни                              | Обов'язкова  |
| Мова викладання                                | Українська   |
| Курс / семестр                                 | 1 рік, 2 семестр   |
| Кількість кредитів ЄКТС                        | 5  |
| Розподіл за видами занять та годинами навчання | Лекції – 20 год.<br>Практичні (семінарські) – 20 год.<br>Самостійна робота – 110 год.  |
| Форма підсумкового контролю                    | Залік  |
| Кафедра  | Кафедра маркетингу, м. Харків, просп. Науки 9а,<br>1 корпус, 4 пов., кімн. 413, +38 (057) 702-02-65 (366),<br>сайт кафедри <a href="http://www.dom.hneu.edu.ua/">http://www.dom.hneu.edu.ua/</a> |
| Викладач (-і)                                  | Холодний Геннадій Олександрович, к.е.н., доцент,<br>професор кафедри маркетингу  |
| Контактна інформація викладача (-ів)           | <a href="mailto:gprof1965@gmail.com">gprof1965@gmail.com</a><br><a href="mailto:profkom@ksue.edu.ua">profkom@ksue.edu.ua</a>   |
| Дні занять                                     | За розкладом   |
| Консультації                                   | На кафедрі маркетингу, очні, відповідно до графіку<br>консультацій, індивідуальні, чат в ПНС   |

**Мета** навчальної дисципліни «Соціальний маркетинг»: формування у здобувачів третього (освітньо-наукового) ступеня (аспірантів) компетентностей щодо використання соціального маркетингу і прийняття рішення в непередбачуваних ситуаціях у різних галузях діяльності, адаптування до змін у процесі маркетингової діяльності.

**Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни**

| Пререквізити                                   | Постреквізити  |
|--|--|
| Методологія та організація наукових досліджень | Креативний маркетинг                                 |
| Академічна українська мова для науковців       | Математичні методи та моделі у наукових дослідженнях |
| Маркетингові взаємовідносин з партнерами       | Науково-дослідна робота                              |

**Зміст навчальної дисципліни**

**Змістовий модуль 1** Теоретико-методологічні аспекти соціального маркетингу.

Тема 1. Сутність соціального маркетингу.

Тема 2. Основні види та інструменти соціального маркетингу.

Тема 3. Розвиток соціально-відповідального маркетингу (СВМ).

Тема 4. Управління соціальним маркетингом.

**Змістовий модуль 2.** Практичні аспекти соціального маркетингу.

Тема 5 Застосування соціального маркетингу в різних галузях економіки та соціальної сфери.

Тема 6. Соціальний маркетинг освітніх установ.

Тема 7. Соціальний маркетинг у спортивній сфері.

Тема 8. Соціальний маркетинг у галузі охорони здоров'я.



## **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 та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів: – для дисциплін з формою семестрового контролю залік: максимальна сума – 100 балів; мінімальна сума – 60 балів. Підсумковий контроль включає семестровий контроль та атестацію здобувача вищої освіти. Семестровий контроль проводиться у формі заліку. Підсумкова оцінка за навчальною дисципліною визначається сумуванням всіх балів, отриманих під час поточного контролю. Під час викладання навчальної дисципліни використовуються наступні контрольні заходи. Поточний контроль включає оцінювання роботи здобувача під час: практичних занять за умови активної участі у поточній роботі (підготовка доповіді, виконання завдань), загальна кількість балів – 40 (доповідь за першою темою навчальної дисципліни, максимальний бал за доповідь – 10); виконання практичних завдань (максимально 10 балів за кожне завдання); оцінювання самостійної роботи здобувача складається з оцінки та підготовки презентації за темою 3 та 5 (максимально 10 балів за презентацію). Загальна кількість балів за самостійну роботу здобувача – 20 балів. проведення модульного колоквиуму, завданням якого є перевірка розуміння здобувачем програмного матеріалу в цілому, логіки та взаємозв'язків між окремими розділами, здатності творчого використання накопичених знань, 9 вміння формулювати своє ставлення до певної проблеми навчальної дисципліни «Соціальний маркетинг», тощо. Максимальна кількість балів за модульний колоквиум – 15 балів. підготовка і захист залікового творчого завдання, метою якого є перевірка розуміння здобувачем програмного матеріалу в цілому, логіки та взаємозв'язків між окремими розділами, здатності творчого використання накопичених знань, вміння формулювати своє ставлення до певної проблеми навчальної дисципліни «Соціальний маркетинг»; максимальна кількість балів за залікове творче завдання – 25 балів. Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни розраховується з урахуванням балів, отриманих здобувачем за підсумкові модульні колоквиуми, залікове творче завдання, та балів, отриманих під час поточного контролю за накопичувальною системою. Сумарний результат у балах за семестр складає: "60 і більше балів – зараховано", "59 і менше балів – не зараховано" та заноситься у залікову "Відомість обліку успішності" навчальної дисципліни "Інноваційні технології в маркетингу". Більш детальну інформацію щодо системи оцінювання наведено в 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 оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни*