

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ

(назва навчальної дисципліни)

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
до самостійної роботи
з навчальної дисципліни
підготовки докторів філософії

зі спеціальності зі спеціальності 075 «МАРКЕТИНГ»
(шифр і назва спеціальності)

2016 рік

РОЗРОБЛЕНО ТА ВНЕСЕНО: Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, кафедра економіки та маркетингу
(повне найменування вищого навчального закладу, кафедри)

Протокол №16 від 20 квітня 2016 р.

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ: Орлов П.А., Гронь О.В.

1. ЗАГАЛЬНІ ВІДОМОСТІ

Самостійна робота здобувача (СРЗ) – це форма організації навчального процесу, за якої заплановані завдання виконуються здобувачем самостійно під методичним керівництвом викладача.

Метою самостійної роботи здобувача в межах навчальної дисципліни «Соціально відповідальний маркетинг» є засвоєння в повному обсязі навчальної програми та формування у здобувачів загальних і професійних компетентностей, які відіграють суттєву роль у становленні майбутнього доктора філософії.

Навчальний час, відведений для самостійної роботи здобувачів очної форми навчання, визначається навчальним планом і становить 75 % (112 години) від загального обсягу навчального часу на вивчення дисципліни (150 годин).

У ході самостійної роботи здобувач має перетворитися на активного учасника навчального процесу, навчитися свідомо ставитися до оволодіння теоретичними і практичними знаннями, вільно орієнтуватися в інформаційному просторі, нести індивідуальну відповідальність за якість власної освітньо-наукової діяльності.

СРЗ в межах навчальної дисципліни «Соціально відповідальний маркетинг» включає:

опрацювання лекційного матеріалу;

опрацювання та вивчення рекомендованої літератури, основних термінів та понять за темами дисципліни;

підготовку до практичних та семінарських занять;

поглиблене опрацювання окремих лекційних тем або питань;

пошук (підбір) та огляд літературних джерел за заданою проблематикою дисципліни;

контрольну перевірку здобувачами особистих знань за запитаннями для самодіагностики;

підготовку до контрольних робіт та інших форм поточного контролю;

систематизацію вивченого матеріалу з метою підготовки до семестрових екзаменів.

2. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Завдання самостійної роботи, які передбачені навчальним планом і програмою навчальної дисципліни для засвоєння теоретичних знань і практичних навичок, наведені в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Завдання для самостійної роботи здобувачів та форми її контролю

№ з/п	Компетентності, які забезпечуються	Назва теми	Завдання для самостійної роботи	Кількість годин	Форми контролю СРЗ	Література
	Змістовий модуль I. Теоретичні та методологічні засади соціально відповідального маркетингу					

№ з/п	Компетентності, які забезпечуються	Назва теми	Завдання для самостійної роботи	Кількість годин	Форми контролю СРЗ	Література
1.	Визначати наслідки управлінських рішень та дій з позицій соціальної відповідальності	Тема 1. Тема 1. Концепція сталого розвитку та поняття соціальної відповідальності	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до семінарського заняття, огляд теоретичного матеріалу.	12	Активна участь у проведенні семінарського заняття	Основна: [4-6]. Додаткова: [10-11]
2.	Втілювати стандарти щодо соціальної відповідальності в діяльності підприємства	Тема 2. Стандартизація відносин в області соціальної відповідальності	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до семінарського заняття, огляд теоретичного матеріалу.	12	Активна участь у виконанні практичних завдань, перевірка домашніх завдань	Основна: [1-2]. Додаткова: [8,11]
3.	Здійснювати функціональні обов'язки з дотриманням норм етики бізнесу	Тема 3. Бізнес-етика в Україні та зарубіжних країнах	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до семінарського заняття, огляд теоретичного матеріалу.	12	Активна участь у проведенні семінарського заняття	Основна: [4,6-7]. Додаткова: [11]
4.	Планувати та здійснювати маркетингову діяльність підприємства на основі соціально відповідальних рішень	Тема 4. Сутність концепції соціально відповідального маркетингу	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до семінарського заняття, огляд теоретичного матеріалу.	10	Активна участь у виконанні практичних завдань, перевірка домашніх завдань	Основна: [6-7]. Додаткова: [10,11]
5.	Оцінювати умови та наслідки організаційно-управлінських рішень	Тема 5. Соціально відповідальне управління підприємством	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття, огляд теоретичного матеріалу.	10	Активна участь у виконанні практичних завдань, перевірка домашніх завдань	Основна: [1-3]. Додаткова: [11]
Разом за змістовим модулем I				56		
Змістовий модуль II. Стратегія і тактика соціально відповідального маркетингу в сучасних умовах						
6.	Планування та проведення маркетингових досліджень з урахуванням	Тема 6. Соціально відповідальні рішення в процесі	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до семінарського	12	Активна участь у виконанні практичних завдань,	Основна: [5,6]. Додаткова: [10,11]

№ з/п	Компетентності, які забезпечуються	Назва теми	Завдання для самостійної роботи	Кількість годин	Форми контролю СРЗ	Література
	соціальної відповідальності	проведення маркетингових досліджень	заняття, огляд теоретичного матеріалу.		перевірка домашніх завдань	
7.	Здійснювати формування комплексу соціально відповідального маркетингу	Тема 7. Інструментарій соціально відповідального маркетингу	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття, огляд теоретичного матеріалу за заданою тематикою.	12	Активна участь у виконанні практичних завдань, перевірка домашніх завдань	Основна: [6-7]. Додаткова: [10]
8.	Оцінювати ефективність соціально відповідальної маркетингової діяльності підприємства	Тема 8. Оцінка ефективності маркетингової діяльності підприємства з урахуванням соціальної відповідальності	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття, огляд теоретичного матеріалу за заданою тематикою.	12	Активна участь у виконанні практичних завдань, перевірка домашніх завдань	Основна: [4-6]. Додаткова: [10-11].
9.	Здійснювати реалізацію проєктів щодо вирішення соціально значимих проблем суспільства	Тема 9. Соціальний маркетинг та соціальні проєкти	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття, огляд теоретичного матеріалу за заданою тематикою.	10	Активна участь у виконанні практичних завдань, перевірка домашніх завдань	Основна: [4-6]. Додаткова: [10-11]
10.	Визначати можливі напрямки дій щодо виявлених проблем за результатами аудиту соціальної відповідальності підприємства	Тема 10. Соціальна звітність та аудит соціальної відповідальності підприємств	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до семінарського заняття, огляд теоретичного матеріалу.	10	Активна участь у виконанні практичних завдань, перевірка домашніх завдань	Основна: [2-4]. Додаткова: [10-11]
Разом за змістовим модулем II				56		
Разом з навчальної дисципліни				112		

3. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ УСПІШНОСТІ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Виконання кожного завдання для самостійної роботи оцінюється відповідно до Тимчасового положення "Про порядок оцінювання результатів навчання студентів за накопичувальною бально-рейтинговою системою" ХНЕУ ім. С. Кузнеця (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82 – 89	B	добре	
74 – 81	C		
64 – 73	D	задовільно	
60 – 63	E		
35 – 59	FX	незадовільно	не зараховано
1 – 34	F		

Розподіл балів за виконання завдань для самостійної роботи у межах тем змістових модулів навчальної дисципліни наведено в табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Розподіл балів за завданнями та змістовними модулями

Завдання для самостійної роботи	Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	Сума балів
	ЗСР1	ЗСР2	
Максимальна кількість балів	5	5	10

ЗСР– завдання для самостійної роботи здобувача.

Оцінки за цією шкалою заносяться до відомостей обліку успішності та іншої академічної документації.

4. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

4.1. Основна

1. Гришук В.К. Соціальна відповідальність. Навчальний посібник, Львівський університет внутрішніх справ – 2012. – 152 с
2. Котлер Ф. Маркетинг 3.0 от продуктов к потребителям и далее к человеческой душе / Ф. Котлер. – М. : Эксмо, 2011 – 240 с.
3. Маркетинг: Підручник / Орлов П. А., Косенков С. І., Прохорова Т. П. та ін. - Х.: ВД "ИНЖЕК", 2012. - 528 с.
4. Маркетинг: Підручник / В. Руделіус, О. М. Азарян, Н. О. Бабенко та ін.; Ред.-упор. О. І. Сидоренко, Л. С. Макарова. – 2-ге вид. – К. : Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2008. – 648 с.
5. Орлов П. А. Проблемы социальной ответственности субъектов хозяйствования и их рекламной деятельности / П. А. Орлов // Економіка розвитку. – 2014. – № 1 (69). – С. 109–115 ; [Електронний ресурс]. – Режим доступа : http://www.ed.ksue.edu.ua/ER/knt/eu141_69/e141orl.pdf.
6. Орлов П. А. Социальная ответственность некоторых субъектов финансовых рынков в США и странах ЕС: состояние и тенденции / П. А. Орлов // Економіка розвитку. – 2016. – № 1 (77). – С. 28–35 ; [Електронний ресурс]. – Режим доступа : / http://www.ed.ksue.edu.ua/ER/knt/ee161_77/e161orl.pdf.
7. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність. – Навч. посіб. – Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». – 2015. – 180 с.

4.2. Додаткова

8. Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки): монографія / О.Ф. Новікова, М.Є. Дейч, О.В. Панькова та ін.; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2013. – 296 с.
9. Зінченко О. І., Хімченко А. М. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: сучасні реалії та перспективи розвитку // Бізнес Інформ. – 2013. – №4. – С. 281–286.

4.3. Ресурси Інтернет

10. Глобальный договор ООН (UN Global Compact, 2000) [Електронний ресурс]. – Режим доступа: globalcompact.org.ua
11. Журнал «Устойчивый бизнес» [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://csrjournal.com/>
12. Корпоративная социальная ответственность: не вширь, но вглубь [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://kontrakty.ua/article/34079>