

1. Код: ПМП І

2. Назва: Екологічний маркетинг.

3. Тип: вибіркова

4. Рівень вищої освіти: II (магістерський).

5. Рік навчання, коли пропонується дисципліна: 5.

6. Семестр, коли вивчається дисципліна: 10

7. Кількість встановлених кредитів ЄКТС: 3

8. Прізвище, ініціали лектора/лекторів, науковий ступінь, посада: Мартинюк Оксана Володимирівна, к.е.н., доц.

9. Результати навчання:

- знати концепції екологічного маркетингу та концепції життєвого циклу екологічних товарів;
- враховувати правила ціноутворення на екотовари, рекламування екологічних товарів; принципи формування маркетинг-аудиту екологічного спрямованого підприємства;
- вміти обґрунтовувати рішення відносно можливостей виробництва екологічної продукції;
- аргументувати рішення відносно вибору методу ціноутворення на екологічно чисту продукцію;
- реалізовувати рішення відносно можливості просування екологічно чистої продукції;
- розробляти стратегію маркетингової діяльності екологічно-орієнтованої фірми.

10. **Форми організації занять:** навчальне заняття, самостійна робота, практична підготовка, поточний модульний контроль.

11. • **Дисципліни, що передують вивченню зазначеної дисципліни:** «Маркетинговий аналіз», «Стратегічний маркетинг», «Маркетинговий менеджмент», «Міжнародний маркетинг», «Інтелектуальний капітал».

• **Дисципліни, що вивчаються супутньо із зазначеною дисципліною (за необхідності):** «Рекламний менеджмент», «Міжнародний маркетинг», «Логістичний менеджмент».

12. **Зміст курсу:** Концепція екологічного маркетингу. Особливості застосування екологічного маркетингу вітчизняними підприємствами. Поведінка покупців на ринках екологічно чистих товарів. Товар і товарна політика. Ціноутворення на ринках екологічно чистої продукції. Розповсюдження екологічно чистої продукції. Просування екологічно чистої продукції. Система маркетингових комунікацій..

13. **Рекомендовані навчальні видання:**

1) Актуальні проблеми теорії та практики маркетингу і логістики в Україні: Монографія/ за ред. М.В. Мальчик. - Рівне: НУВГП, 2014.

2) Бобровський А.Л. Екологічний менеджмент: Підручник/ А.Л.Бобровський Суми: Університетська книга, 2009

3) Вічевич А.М. Екологічний маркетинг: Навч. посібник/ А.М.Вічевич, Т.В.Вайданич, І.І.Дідович, А.П.Дідович Львів: Афіша, 2003

4) Мальчик М.В. Маркетинг: Навч. посібник / М.В. Мальчик, Н.А. Гонтаренко, О.В. Попко, З.О. Толчанова, Б.О.Король, О.В. Мартинюк, С.І. Коваль; за заг. ред. д.е.н., проф.. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2014. – 444с.

5) Прокопенко О.В. Екологічний маркетинг: Навч. посіб. / О.В. Прокопенко. — К.: Знання, 2012. — 319 с.

14. **Заплановані види навчальної діяльності та методи викладання:**

18 год. лекцій, 12 год. практичних робіт, 60 год. самостійної роботи. Разом – 90 год.

Методи: інтерактивні лекції, елементи проблемної лекції, індивідуальні завдання, впровадження ділових та рольових ігор, кейс-методів, індивідуальні та групові науково-дослідні завдання, використання мультимедійних засобів.

15. **Форми та критерії оцінювання:**

Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою.

Підсумковий контроль: **залік** в кінці 10 семестру.

Поточний контроль (100 балів): тестування, опитування.

16. **Мова викладання:** українська.



1. Code: PMP 1

2. Title: Ecological marketing.

3. Type: selective

4. Higher education level: the 2nd (Master's degree)

5. Year of study, when the discipline is offered: 5.

6. Semester when studying discipline: 10

7. Number of established ECTS credits: 3

8. Surname, initials of the lecturer / lecturers, degree, position: Martyniuk Oksana, candidate of sciences (economics) associate professor.

9. Learning outcomes:

- Know the concept of ecological marketing and the concept of the life cycle of ecological goods;
- Take into account the pricing rules for ecotourism, the promotion of ecological products; principles of formation of marketing-audit of ecologically directed enterprise;
- Be able to substantiate decisions regarding the possibilities of production of environmental products;
- Argue the decision regarding the choice of pricing method for environmentally friendly products;
- To implement decisions regarding the possibility of promotion of environmentally friendly products;
- To develop a strategy of marketing activity of ecologically oriented companies.

10. Forms of organizing classes: training classes, independent work, practical training, control measures, current module control.

11. • Disciplines preceding the study of the specified discipline: Marketing Analysis, Strategic Marketing, Marketing Management, International Marketing, Intellectual Capital.

• **Disciplines studied in conjunction with the discipline (if necessary):** «Advertising management», «International marketing», «Logistic management».

12. Content of the course: Concept of environmental marketing. Features of application of ecological marketing by domestic enterprises. Behavior of buyers in the markets of environmentally friendly goods. Product and commodity policy. Pricing in the markets of environmentally friendly products. Distribution of environmentally friendly products. Promotion of environmentally friendly products. Marketing communications system .

13. Recommended editions:

- 1) Actual problems of the theory and practice of marketing and logistics in Ukraine: Monograph / ed. M.V. Malchyk - Rivne: NUVGP, 2014.
- 2) Bobrovsky A.L. Ecological Management: Textbook / A.L. Bobrovsky Sumy: University Book, 2009
- 3) Vicevich A. M. Ecological Marketing: Teaching. manual / A.M.Vichevich, T.V.Vaydanych, I.I.Didovich, A.P.Didovich Lviv: Poster, 2003
- 4) Prokopenko O.V. Ecological Marketing: Teaching. manual / O.V. Prokopenko - K.: Knowledge, 2012. - 319 p.
- 5) Marketing: Teaching. manual / M.V. Malchyk, N.A. Gontarenko, O.V. Popko, Z.O. Tolchanova, B.O.Korol, O.V. Martynjuk, S.I. Koval; per community Ed. doctor of sciences, prof. Malchyk M.V. - Rivne: NUVGP, 2014 - 444 p.

14. Planned types of educational activities and teaching methods:

lectures – 18 hours, practical classes – 12 hours, independent work – 60 hours. Total – 90 hours.

Methods of teaching: interactive lectures, problem lecture elements, individual tasks, implementation of business and role games, case studies, individual and group research tasks, using multimedia tools.

15. Forms and assessment criteria:

The evaluation is carried out on a 100-point scale.

Final control: test at the end of the 10 semester.

Current Control (100 points): testing, questioning.

16. Language of teaching: Ukrainian.

Head of the Department

M.V. Malchyk,
Doc. econ Sciences, prof.