

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1. Код: **ВВ2**

2. Назва: *Етичний маркетинг*

3. Тип: *вибіркова*

4. Рівень вищої освіти: *I (бакалаврський)*

5. Рік навчання, коли пропонується дисципліна: *3*

6. Семестр, коли вивчається дисципліна: *5*

7. Кількість встановлених кредитів ЄКТС: *4,0*

8. Прізвище, ініціали лектора/лекторів, науковий ступінь, посада: *ст. викладач Коротун Ольга Петрівна*

9. Результати навчання:

- *виявляти закономірності та механізми етичних взаємовідносин між суб'єктами ринку в різних видах маркетингової діяльності;*
- *виокремлювати фактори, що впливають на етику суб'єктів у процесі маркетингової діяльності;*
- *діагностувати потенційні джерела виникнення етичних проблем в процесі маркетингової діяльності;*
- *враховувати етичні аспекти при формуванні маркетингових планів і програм, використовуючи закономірності та механізми етичних взаємовідносин;*
- *розробляти спеціальні заходи для запобігання виникненню етичних проблем в маркетинговій діяльності.*

10. **Форми організації занять:** *навчальне заняття, самостійна робота, практична підготовка, контрольні заходи.*

11. **Дисципліни, що передують вивченню зазначеної дисципліни:** *маркетинг*

12. **Зміст курсу:** *Розвиток етики маркетингу і основні підходи до етики. Джерела виникнення і класифікація етичних проблем в маркетинговій діяльності. Етичні проблеми в маркетингових дослідженнях. Етичні проблеми у виборі ринків. Етичні проблеми товарної політики. Ціни і етика. Канали розподілу і етика.*

13. **Рекомендовані навчальні видання:**

1. *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. – 444 с.*
2. *Новаторов, Владимир Ефимович. Культура маркетинга [Текст] / В. Е. Новаторов. - Москва : Форум, 2012. – 222с.*
3. *Прикладна етика: навч. посібник для вищої школи. /Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. - К.: Центр учбової літератури, 2012. - 391 с.*
4. *Тимошенко Н.Л. Корпоративна культура. Діловий етикет: Навч. посібник. - К.: Знання, 2006. - 391 с. - (Вища освіта XXI століття).*
5. *Тофтул М.Г. Етика: підручник для вузів. -2-ге вид., випр., допов. - К.: Академія, 2011. - 437 с.*

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

22 год. лекцій, 20 год. практичних робіт, 78 год. самостійної роботи. Разом – 120 год.

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

15. **Форми та критерії оцінювання:**

Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою.

*Підсумковий контроль: **екзамен** в кінці семестру.*

Поточний контроль (100 балів): тестування, опитування.

16. **Мова викладання:** *українська.*

Завідувач кафедри:

д.е.н., професор М.В.Мальчик

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1. Code: BB2

2. Title: *Ethical marketing*

3. Type: *selective*

4. Higher education level: *the first (Bachelor's degree)*

5. Year of study, when the discipline is offered: 3

6. Semester when the discipline is studied: 5

7. Number of established ECTS credits: 4,0

8. Surname, initials of the lecturer / lecturers, scientific degree, position: *Senior Lecturer Korotun Olha Petrivna*

9. Results of studies:

- *find's out conformities to law and mechanisms of ethic mutual relations between the subjects of market in the different types of marketing activity;*
- *distinguish factors that influence on ethics of subjects in the process of marketing activity;*
- *diagnose the potential sources of origin of ethical problems in the process of marketing activity;*
- *take into account ethic aspects at forming of marketing plans and programs, using conformities to law and mechanisms of ethic mutual relations;*
- *develop the special measures for prevention of origin of ethical problems in marketing activity.*

10. Forms of organizing classes: *training classes, independent work, practical training, control measures;*

11. Disciplines preceding the study of the specified discipline: *«Marketing».*

12. Course contents: *Development of marketing ethics and basic going of ethics. Sources of origin and classification of ethical problems are in marketing activity. Ethic problems are in marketing researches. Ethic problems are in the choice of markets. Ethic problems of commodity politics. Prices and ethics. Channels of distribution and ethic.*

13. Recommended educational editions:

1. Marketing: Textbook / M.V. Malchik, N.A. Gontarenko, O.V. Popko Z.O. Tolchanov, B.O.Korol, O.V. Martynyuk, S.I. Koval; for community edit Doctor of Economics, Professor. Malchik M.V. - Rivne: NUWEE, 2014 - 444 p.
2. Novatorov, Vladimir Efimovich. Culture of Marketing [Text] / V. E. Novatorov. - Moscow: Forum, 2012. - 222p.
3. Applied ethics: teach. high school textbook. /Kiev. nats Untitled T. Shevchenko. - K.: Center for Educational Literature, 2012. - 391 p.
4. Tymoshenko N.L. Corporate culture. Business etiquette: Textbook. - K .: Knowledge, 2006. - 391 p. - (Higher education of the XXI century).
5. Toftul M.G. Ethics: textbook for university. -2-th species., Vipr., Reports. - K.: Academy, 2011. - 437 p.

14. Planned types of educational activities and teaching methods:

Lectures – 22 hours, practical classes – 20 hours, independent work – 78 hours. Total – 120 hours.

Methods of teaching: problem lecture elements, individual tasks, implementing case method, individual tasks of scientific research, group tasks of scientific research, using multimedia tools.

15. Forms and assessment criteria:

The assessment is carried out on a 100-point scale

*Final control: **exam** at the end of the semester.*

Current control (100 points) testing, questioning

16. Language of teaching: *Ukrainian.*

Head of the department:

Doctor of Economic Sciences, professor M. Malchyk