

Міністерство освіти і науки України
Національний університет водного господарства та
природокористування

Кафедра філософії та культурології

06-07-246М

Методичні вказівки

та плани семінарських занять з дисципліни «Соціальний менеджмент та соціальний маркетинг» для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня за освітньо-професійною програмою «Соціальний менеджмент та інформаційна культура» спеціальності 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності» галузі знань 02 «Культура і мистецтво» денної та заочної форми навчання

Рекомендовано
науково-методичною радою з
якості ННІЕМ
Протокол №1 від 24.09.2024 р.

Рівне – 2024

Методичні вказівки та плани семінарських занять з дисципліни «Соціальний менеджмент та соціальний маркетинг» для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня за освітньо-професійною програмою «Соціальний менеджмент та інформаційна культура» спеціальності 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності» денної та заочної форми навчання. [Електронне видання] / Залужна А. Є. – Рівне : НУВГП, 2024. – 66 с.

Укладач: Залужна А. Є., д.філос.н., професор, професор кафедри філософії та культурології.

Відповідальний за випуск: Шадюк Т. А., к.філос.н., доцент, завідувачка кафедри філософії та культурології.

Керівник (гарант) ОП: Шадюк Т. А., к.філос.н., доцент, завідувачка кафедри філософії та культурології.

Директор ННІЕМ

Ковшун Н. Е.

© А. Є. Залужна, 2024
© НУВГП, 2024

Зміст

Вступ.....	3
1. Методичні поради щодо підготовки до семінарських занять...4	4
2. Структура навчальної дисципліни.....5	5
3. Плани семінарських занять.....11	11
4. Запитання для самостійної роботи.....64	64
5. Методи оцінювання знань.....65	65
6. Розподіл балів, що отримують здобувачі.....65	65

ВСТУП

Актуальність навчальної дисципліни «Соціальний менеджмент та соціальний маркетинг».

В сучасних умовах інформаційно-мережевого простору особливого значення набуває проблема розвитку людського потенціалу, реалізації людиною її інтелектуальних, соціально-культурних та духовних можливостей. Саме людський капітал стає основним рушієм модернізаційних трансформацій сучасного соціокультурного буття. У цьому контексті в доповіді ООН з проблем людського розвитку запропонований світовій спільноті Індекс людського розвитку (Махбубом уль-Хак) актуалізує проблеми рівня та якості життя з метою вирішення головного завданням сучасного інформаційного суспільства – зростання рівня задоволення потреб людини й удосконалення її благоустрою. Це потребує впровадження в систему управління соціальних практик та принципів соціального менеджменту, які зорієнтовані на соціальні потреби персоналу. В управлінських стратегіях зростає увага до прав людини, розвитку гуманістичних цінностей, підвищення рівня корпоративної та соціальної відповідальності.

У зв'язку з цим система знань з питань соціального менеджменту та соціального маркетингу сприяє цілісному розумінню вихідних засад соціально-орієнтованого управління, обумовлює вирішення практичних проблем у соціокультурній сфері шляхом оптимізації взаємин між

співробітниками, керівництвом і оточуючим соціальним середовищем..

Метою викладання дисципліни є: формування необхідних знань з соціального менеджменту, теорії соціального управління, а також соціального маркетингу, зорієнтованих на усвідомлення зростання вагомості людського чинника в потенціалі організації й задоволення соціальних потреб персоналу задля створення сприятливого соціального середовища, мотивуючого до креативності, соціальної відповідальності, творчості та результативності діяльності.

1. Методичні поради щодо підготовки до семінарських занять

Методичні поради щодо підготовки до семінарських занять

Вивчення освітньої компоненти освітньо-професійних програм спеціальності 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності» «Соціальний менеджмент та соціальний маркетинг» потребує активної та продуктивної роботи на лекціях і семінарських заняттях, самостійної підготовки, осмисленого опрацювання матеріалів базової та допоміжної літератури, продукування творчості, аналітичності, критичного мислення.

Підготовка до семінарських занять здійснюється відповідно до розміщеного плану та ознайомлення з рекомендованою літературою. Перевірка й оцінювання відповідного рівня знань здійснюється на основі поданого блоку контрольних запитань, тестових завдань, опрацювання наукових статей й надання відповідей на задані питання.

Вищезазначені різновиди перевірки знань для вищої освіти другого (магістерського) рівня, які навчаються за освітньо-професійною програмою «Соціальний менеджмент та інформаційна культура» спеціальності 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності» сприятимуть підготовці до семінарських занять, набуття фахових компетентностей, підвищення ефективності науково-дослідних і практичних умінь та навичок.

Лекційний матеріал, тестові та практичні завдання можна знайти на навчальній платформі Moodle <https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=6112>.

2. Структура навчальної дисципліни

Денна форма навчання

Назва теми	Розподіл годин		
	Лекції	Семінарські заняття	Самостійна робота
Модуль 1			
Соціальний менеджмент як соціально-орієнтований вектор управління в умовах інформаційного суспільства			
Тема 1. Соціальні аспекти управління у контексті становлення інформаційного суспільства.	2	4	12
Тема 2. Людський капітал як чинник соціально-орієнтованого менеджменту	2	2	8
Тема 3. Теоретичні засади соціального менеджменту: сутність, закони,	2	4	10

принципи.			
Тема 4. Методи соціального менеджменту та характеристика його критеріїв.	2	2	10
Тема 5. Соціальний менеджмент в системі соціально-трудових відносин.	2	4	12
Тема 6. Соціальна політика у контексті проблем соціально-орієнтованого менеджменту	2	2	6
Тема 7. Соціальний менеджмент та соціальна відповідальність	2	4	14
Тема 8. Цифрова та інформаційна культура: характеристика основних понять	2	2	8

Модуль 2 Теоретичні та практичні аспекти соціального маркетингу та особливості їх реалізації у сфері соціокультурної діяльності			
Тема 9 Теоретичні засади соціального маркетингу	2	4	8
Тема 10. Особливості практичної реалізації концепцій соціального маркетингу.	2	2	8
Тема 11. Теоретичні та практично- прикладні виміри рекламної діяльності в системі соціального маркетингу	2	4	12
Тема 12 Соціальний маркетинг у сфері соціокультурної діяльності.	2	2	8
Всього	24	36	120

Заочна форма навчання

Назва теми	Розподіл годин		
	Лекції	Семінарські заняття	Самостійна робота
Модуль 1			
Соціальний менеджмент як соціально-орієнтований вектор управління в умовах інформаційного суспільства			
Тема 1. Соціальні аспекти управління у контексті становлення інформаційного суспільства.	1	1	16
Тема 2. Людський капітал як чинник соціально-орієнтованого менеджменту	-	1	12
Тема 3. Теоретичні засади соціального менеджменту: сутність, закони, принципи.	-	1	16

Тема 4. Методи соціального менеджменту та характеристика його критеріїв.	-	1	14
Тема 5. Соціальний менеджмент в системі соціально- трудова відносин.	1	2	16
Тема 6. Соціальна політика у контексті проблем соціально- орієнтованого менеджменту	-	-	8
Тема 7. Соціальний менеджмент та соціальна відповідальність	-	1	16
Тема 8. Соціальний менеджмент у сфері соціокультурної діяльності: соціальний самоменеджмент	1	1	8

Модуль 2 Теоретичні та практичні аспекти соціального маркетингу та особливості їх реалізації у сфері соціокультурної діяльності			
Тема 9. Теоретичні засади соціального маркетингу	-	1	16
Тема 10. Особливості практичної реалізації концепцій соціального маркетингу.	1	1	14
Тема 11. Теоретичні та практично- прикладні виміри рекламної діяльності в системі соціального маркетингу	-	1	16
Тема 12. . Соціальний маркетинг у сфері соціокультурної діяльності. культури	-	1	12
Всього	4	8	164

3. Плани семінарських занять

ТЕМА I. Соціальні аспекти управління у контексті становлення інформаційного суспільства

Семінарське заняття 1. Інформаційне суспільство: особливість становлення та основні характеристики

Основні поняття і категорії: аграрне суспільство, індустриальне суспільство, інформаційне суспільство, інформатизація, інформація, інформаційне середовище, інформаційні технології, комп'ютеризація, комп'ютерні технології, мережа Інтернет, наукомісткі технології.

План

1. Характеристика доіндустріального та індустриального суспільства.
2. Інформаційне суспільство у контексті сучасних теорій.
3. Інформаційно-мережеві особливості організації суспільного життя.

Контрольні питання

1. Охарактеризуйте особливості аграрного суспільства.
2. Проаналізуйте основні теорії індустриального суспільства.
3. Дайте порівняльну характеристику доіндустріального та індустриального суспільства.
4. Охарактеризуйте вплив промислового повороту на становлення індустриального суспільства.
5. Розкрийте особливість осмислення інформаційного суспільства у працях О. Тоффлера.
6. Назвіть основні риси інформаційного суспільства.
7. Здійсніть порівняльний аналіз компаній індустриального та постіндустріального типу.
8. Розкрийте процес становлення інформаційно-мережевої економіки у вченні формування інформаційного суспільства в концепції М. Кастельса.
9. В чому проявляється специфіка наукомістких технологій та їх використання в інформаційному суспільстві?

10. Охарактеризуйте основні виклики інформаційного суспільства.

Тестові завдання.

1. Проблему інформаційно-мережових характеристик суспільств розглядає:

- Лакан;
- Фуко;
- Кастельс;
- Маклюєн;
- Дельоз.

2. Основними характеристиками індустріального суспільства є:

- урбанізація;
- машинне виробництво;
- натуральне господарство;
- все перераховане.

3. Мережовий принцип організації економічних процесів, характерний для суспільства:

- аграрного;
- традиційного;
- індустріального;
- доіндустріального;
- постіндустріального.

4. Зростання промислового сектору економіки характерне для суспільства:

- постіндустріального;
- інформаційного;
- індустріального;
- аграрного;
- сервісного.

Література

1. Інформаційне суспільство: сучасні трансформації: монографія / За ред. У. Лешко; Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського. Вінниця : ФОП Корзун Д. Ю. 2020. 401 с.
2. Залужний А. Л. Інформаційно-мережеві виміри сучасної економіки. Причорноморські економічні студії. Науковий журнал. 2020. Вип. 50. Ч. 1. С. 59–63.
3. Килимник І. І. Інформаційне суспільство та інформаційна безпека. Нові виклики та шляхи подолання інформаційних загроз. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Право. 2023. Том 2. № 76. С. 53-57.
4. Крусяк А. Інформаційне суспільство в Україні: конституційно-правове забезпечення формування та розвитку URL:<http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/15328/Крусян%20А.%20Р.%20Інформаційне%20суспільство%20в%20Україні....pdf?sequence=1&isAllowed=y>
5. Ковальчук Л.В., Михайліна Т.В. Інформаційна культура як феномен інформаційного суспільства. Юридичний науковий електронний журнал. URL: http://www.lsej.org.ua/3_2023/7.pdf
6. Палеха Ю. І., Палеха О.Ю., Горбань Ю.І. П14 Інформаційна культура: навч. посібн. / за заг. ред. проф. Палехи Ю.І. Київ : Видавництво Ліра-К, 2020. 400 с.
7. Палеха Ю. І. Інформаційна культура особи, суспільства, організації : монографія. Київ : Видавництво Ліра-К, 2022. 404 с.
8. Про схвалення Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 15.05.13 р. № 386-р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/386-2013-%D1%80>
9. Стратегія розвитку інформаційного суспільства в Україні: схвалено Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 15.05.2013 р. URL: <http://rada.gov.ua> (дата звернення: 27.04.2021).
10. Толстов, І., Даніл'ян, В. Інформаційне суспільство та нова глобальна етика. Вісник Харківського національного

університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Філософія. Філософські перипетії». 2023. №68. С. 39-44.

Семінарське заняття 2. Особливості соціально-орієнтованого менеджменту

Основні поняття і категорії: менеджмент, соціальний менеджмент, управління, соціум, суспільство, персонал, трудові ресурси, соціальне управління, управління соціальним розвитком організації, мотивація.

План

1. Передумови виникнення соціального менеджменту.
2. Особливість соціально-орієнтованого менеджменту в управлінні діяльності організацій.
3. Соціальний менеджмент України.

Контрольні питання

1. У яких мислителів можна віднайти початки дослідження науки про соціально-орієнтований менеджмент?
2. Які поради висловлював Платон щодо управління людськими спільнотами ?
3. Коли і ким був започаткований науковий підхід до соціального управління?
4. Назвіть основні ознаки соціально-орієнтованого менеджменту.
5. Охарактеризуйте основні функції управління.
6. В чому проявляється особливість соціально-орієнтованого менеджменту?
7. Охарактеризуйте інформаційний етап становлення соціального менеджменту.
8. Чому в умовах інформаційного суспільства виникає потреба в соціально-орієнтованому менеджменті?
9. Назвіть основні аспекти соціально-орієнтованого управління
10. Розкрийте особливість мотиваційного рівня соціалізації працівників в колективі.

Тестові завдання.

1. Основними ознаками системного етапу становлення соціально-орієнтованого менеджменту є:

- з'являється поняття майстра на;
- введено поняття менеджера, який представляв інтереси власників;
- реалізуються структуровані підходи до управління внаслідок потреби в управлінні великими групами людей;
- розділенням управління на верхній, середній і нижній рівні;
- все перераховане.

2. Платон проблеми управління спільнотами розглядав у праці:

- Бенкет;
- Держава;
- Федр;
- Тімей;
- Менон.

3. До раціонального рівня соціалізації працівника в колективі відносять:

- прагнення до досконалості на своєму робочому;
- емоційна прихильність до того, чим співробітники;
- розуміння цілей, місії та цінності діяльності організації;
- створення атмосфера довіри і відвертості;
- почуття гордості за соціально-орієнтоване управління. 4.

4. До аспекту гуманізації трудових відносин соціального менеджменту відносять:

- створення оптимальних умов для працівників;
- врахування людського фактору в управлінні;
- орієнтація на потреби та інтереси працівників;
- діалог та взаєморозуміння в колективі;
- все перераховане.

Література

1. Менеджмент : Підручник / С.Ю. Бірюченко, К.О. Бужимська, І.В. Бурачек та ін.; під заг. ред. Т.П. Остапчук. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка». Житомир: Вид-во «Рута», 2021. 856 с.
2. Євченко В., Хлопоніна-Гнатенко О. Соціальний менеджмент як технологія ефективного управління. Економічний аналіз. 2022 рік. Том 32. № 1. С. 7-13.
3. Огінок С.В. Когут А.В. Еволюція розвитку соціального менеджменту в міжнародному бізнесі. Підприємництво та інновації. 2022. Випуск 30. С. 102-106.
4. Огінок С.В. Когут А.В. Когут М.В. Соціальний менеджмент як чинник розвитку соціального підприємства. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2024. Випуск 1(111). С.51-58.
4. Остряніна С. В. Функціональний підхід до соціального управління підприємства. Проблеми системного підходу в економіці. 2019. № 3 (1). С. 261-266.
5. Рейкін В. С. Соціальний менеджмент : конспект лекцій. Луцьк : Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2022. 129 с.
6. Сиченко В.В. Соціальний менеджмент як елемент системи управління підприємством. URL: https://www.rusnauka.com/6_PNI_2012/Economics/6_102468.doc.htm
7. Теорія управління: навчальний посібник / Грузіна І. А., Кінас І. О., Перерва І. М. та ін. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. 138 с.

ТЕМА 2. Людський капітал як чинник соціально-орієнтованого менеджменту

Семінарське заняття 1. Людина як носій людського капіталу в соціально-орієнтованому менеджменті

Основні поняття і категорії: людина, людський капітал, соціальний капітал, культурний капітал,

інтелектуальний капітал, структура людського капіталу, соціально-орієнтований менеджмент.

План

1. Сутність та фактори розвитку людського капіталу.
2. Характеристика основних концепцій людського капіталу.
3. Особливості інвестування людського капіталу.
4. Людський капітал в умовах соціально-орієнтованого менеджменту.

Контрольні питання

1. Який зміст вкладається в поняття «людський капітал»?
2. Назвіть теоретиків концепції людського капіталу.
3. Які форми людського капіталу виокремлює у своєму вченні Г. Беккер?
4. Охарактеризуйте структуру людського капіталу.
5. Що відносять до факторів розвитку людського капіталу?
6. В чому полягає специфіка концепції людського капіталу Т. Шульца?
7. Розкрийте основні види діяльності менеджменту людського капіталу.
8. Чому здійснюється оцінка показників людського капіталу?
9. За якими трьома рівнями розрізняють поняття «людський капітал» ?
10. Охарактеризуйте види інвестицій у людський капітал.

Тестові завдання.

1. Провідними чинниками розвитку людського капіталу є:
 - освіта;
 - культура;
 - інтелектуальний потенціал;
 - здоров'я;
 - все перераховане.
2. До західноєвропейської моделі управління людським капіталом відносять:
 - залучення працівників з необхідним досвідом, навичками та кваліфікацією;

- короткостроковий найм працівників відповідно до кваліфікації;
- внутрішнє та зовнішнє навчання, самонавчання;
- неформальне навчання, навчання на робочому місці;
- все перераховане.

3. Додатковий людський капітал за Г. Беккером формується завдяки таких чинників як:

- виховання;
- трудова діяльність;
- вища освіта;
- вміння працювати з інформацією;
- все перераховане.

4. До основних критеріїв визначення капіталу відносять:

- здатність створювати новий продукт;
- не споживається в процесі виробництва (за винятком амортизації);
- споживається в процесі виробництва»
- є продуктом, що створений людською працею;
- все перераховане.

Література

1. Гинда С. М. Людський капітал: сутність, особливості аналізування та оцінювання. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/12_ukr/12.pdf
2. Залужна А., Залужний А. Людський капітал в умовах інформаційно-мережевої економіки. Актуальні проблеми теорії і практики менеджменту в контексті євроінтеграції: збірник матеріалів XI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Рівне, 12 травня 2022). С. 46-49
3. Залужний А. Л. Інформаційно-мережеві виміри сучасної економіки. *Причорноморські економічні студії*. Науковий журнал. 2020. Вип. 50. Ч. 1. С. 59–63.

4. Інформаційне суспільство: сучасні трансформації: монографія / За ред. У. Лешко; Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського. Вінниця : ФОП Корзун Д. Ю. 2020. 401 с.
5. Пилипенко Ю. І., Швець А. С. Людський капітал; сутність та фактори розвитку. Економічний вісник, 2023, №2. С. 15-21.
6. Рябчук О. Г. Гожуловський С. С. Особливості розвитку людського капіталу як основного фактора зростання економіки України. Економічний вісник. Серія: фінанси, облік, оподаткування. 2020. Вип. 4. С. 182-192.
7. Самборська О. Ю. Людський капітал як фактор економічного зростання. Економіка АПК. 2019. № 6. С. 64-72.

ТЕМА 3. Теоретичні засади соціального менеджменту: сутність, закони, принципи

Семінарське заняття 1. Сутність, особливість становлення та структура соціального менеджменту

Основні поняття і категорії: менеджмент, соціальний менеджмент, управління, соціум, суспільство, персонал, трудові ресурси, соціальне управління, управління соціальним розвитком організації.

План

1. Сутність соціального менеджменту.
2. Основні етапи розвитку соціального менеджменту.
3. Соціальний менеджмент та його структура.

Контрольні питання

1. Розкрийте сутнісний зміст поняття «соціальний менеджмент».
2. Як співвідноситься між собою поняття «менеджмент» та «соціальний менеджмент» ?
3. Хто виступає суб'єктом соціального менеджменту?
4. Охарактеризуйте основні етапи розвитку соціального менеджменту.
5. Назвіть основні складові соціального менеджменту.

6. Чому до соціального менеджменту відносять управління персоналом?
7. Охарактеризуйте об'єкт соціального менеджменту.
8. Проаналізуйте спрямування розвитку організаційної культури як складової соціального менеджменту.
9. Яким є основне завдання впровадження соціального менеджменту в діяльність організацій?
10. Яким чином соціальний менеджмент впливає на успішність організації ?

Тестові завдання.

1. Соціальний менеджмент це:
 - система принципів, методів, засобів і форм організації грошових відносин, що базується на управлінні фінансами з метою підвищення ефективності виробництва та розподілу продукту;
 - процеси створення організації, розробки структури і системи управління нею, системи здійснення управлінських функцій, вироблення стандартів, положень, інструкцій;
 - сфера управління, яка представляє собою комплекс специфічних заходів та політик, спрямованих на створення умов для задоволення та розвитку працівників;
 - процес планування, організації, мотивації та контроль організації з метою досягнення координації людських, фінансових, природних і технологічних ресурсів, необхідних для ефективного виконання завдань;
 - все перераховане.

2. Соціальний менеджмент взаємодіє з такими видами менеджменту як:
 - організаційний менеджмент;
 - стратегічний менеджмент;
 - фінансовий менеджмент;
 - маркетинговий менеджмент;
 - все перераховане.

3. До базових компонент соціального менеджменту підприємства не відносять:

- корпоративну культуру;
- організаційну культуру;
- соціальні ресурси;
- соціальний самоменеджмент;
- все перераховане.

4. П. Друкер у праці «Практика менеджменту» розглядає проблеми:

- громадської відповідальності;
- чинники досягнення бізнес-цілей;
- закони соціального менеджменту;
- питання самоменеджменту;
- все перераховане..

Література.

1. Менеджмент : Підручник / С.Ю. Бірюченко, К.О. Бужимська, І.В. Бурачек та ін.; під заг. ред. Т.П. Остапчук. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка». Житомир: Вид-во «Рута», 2021. 856 с.
2. Євченко В., Хлопоніна-Гнатенко О. Соціальний менеджмент як технологія ефективного управління. Економічний аналіз. 2022 рік. Том 32. № 1. С. 7-13.
3. Огінок С.В. Когут А.В. Еволюція розвитку соціального менеджменту в міжнародному бізнесі. Підприємництво та інновації. 2022. Випуск 30. С. 102-106.
4. Огінок С.В. Когут А.В. Когут М.В. Соціальний менеджмент як чинник розвитку соціального підприємства. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2024. Випуск 1(111). С.51-58.
4. Остряніна С. В. Функціональний підхід до соціального управління підприємства. Проблеми системного підходу в економіці. 2019. № 3 (1). С. 261-266.

5. Рейкін В. С. Соціальний менеджмент : конспект лекцій. Луцьк : Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2022. 129 с.
6. Сиченко В.В. Соціальний менеджмент як елемент системи управління підприємством. URL: https://www.rusnauka.com/6_PNI_2012/Economics/6_102468.doc.htm
7. Теорія управління: навчальний посібник / Грузіна І. А., Кінас І. О., Перерва І. М. та ін. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. 138 с.

Семінарське заняття 2. Закони та принципи соціального менеджменту

Основні поняття і категорії: менеджмент, соціальний менеджмент, управління, соціум, суспільство, персонал, трудові ресурси, соціальне управління, управління соціальним розвитком організації, закони соціального менеджменту, принципи соціального менеджменту

План

1. Закони соціального менеджменту та їх характеристика..
2. Принципи та їх завдання в соціальному менеджменті.
3. Загальні та спеціальні принципи соціального менеджменту.

Контрольні питання

1. Назвіть основні закони соціального менеджменту?
2. Яким чином реалізація законів соціального менеджменту впливає на ефективність роботи організацій?
3. Розкрийте особливість закону пропорційності керованої і керівної підсистем соціальної системи.
4. Хто з відомих мислителів заклав засади закону відповідності соціальних ролей і соціальних функцій?
5. Охарактеризуйте механізм формування управлінських кадрів на основі моделі «претендент-рекомендувач» ?
6. Розкрийте сутність закону ефективності взаємодії в колективі.

7. Які основні орієнтири зосереджені в законі Закон гуманізації управління персоналом?
8. Назвіть загальні принципи соціального менеджменту..
9. Розкрийте зміст принципу розподілу влади.
10. Визначте основні аспекти принципу соціальної справедливості.

Завдання на опрацювання наукових праць

Прореферуйте працю Огінок С.В., Когут А.В., Когут М.В. «Еволюція розвитку соціального менеджменту в міжнародному бізнесі. Підприємництво та інновації. 2022. Випуск 30. С. 102-106. URL: <http://ejournal.in.ua/index.php/journal/article/view/640/622>

Дайте відповіді на питання.

1. Яким чином, на думку авторів, соціальний менеджмент здійснює вплив на сучасні тенденції управління?.
2. Яке місце автори в соціальному менеджменті надають соціальній відповідальності?
3. Які основні компоненти соціального менеджменту аналізуються у статті?

Література

1. Менеджмент : Підручник / С.Ю. Бірюченко, К.О. Бужимська, І.В. Бурачек та ін.; під заг. ред. Т.П. Остапчук. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка». Житомир: Вид-во «Рута», 2021. 856 с.
2. Євченко В., Хлопоніна-Гнатенко О. Соціальний менеджмент як технологія ефективного управління. Економічний аналіз. 2022 рік. Том 32. № 1. С. 7-13.
3. Огінок С.В. Когут А.В. Еволюція розвитку соціального менеджменту в міжнародному бізнесі. Підприємництво та інновації. 2022. Випуск 30. С. 102-106.
4. Огінок С.В. Когут А.В. Когут М.В. Соціальний менеджмент як чинник розвитку соціального підприємства. Науковий

вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2024. Випуск 1(111). С.51-58.

4. Остряніна С. В. Функціональний підхід до соціального управління підприємства. Проблеми системного підходу в економіці. 2019. № 3 (1). С. 261-266.

5. Рейкін В. С. Соціальний менеджмент : конспект лекцій. Луцьк : Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2022. 129 с.

6. Сиченко В.В. Соціальний менеджмент як елемент системи управління підприємством. URL: https://www.rusnauka.com/6_PNI_2012/Economics/6_102468.doc.htm

7. Теорія управління: навчальний посібник / Грузіна І. А., Кінас І. О., Перерва І. М. та ін. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. 138 с.

ТЕМА 4. Методи соціального менеджменту та характеристика його критеріїв.

Семинарське заняття 1. Методи соціального менеджменту та характеристика його критеріїв

Основні поняття і категорії: соціальне управління, методи управління, методів системи соціального менеджменту, соціальні ресурси, корпоративна культура, організаційна культура, якість життя, рівень життя, індекс людського розвитку.

План

1. Характеристика методів системи соціального менеджменту.
2. Соціальні ресурси та специфіка управління ними.
3. Якість життя, рівень життя та індекс людського розвитку як критерії соціального менеджменту

Контрольні питання

1. Який зміст вкладається в поняття «методи соціального менеджменту»?
2. Назвіть основні методи соціального менеджменту.

3. В чому полягає специфіка методу соціального регулювання?
4. Охарактеризуйте організаційно-розпорядчі методи управління.
5. Яке місце в соціальному менеджменті займають соціально-психологічні методи управління?
6. В чому полягає особливість організаційної культури?
7. Як співвідносяться організаційна та корпоративна культура?
8. Розкрийте зміст поняття «соціальні ресурси».
є предметом продажу та обміну на інформаційному ринку ?
9. Назвіть основні фактори якості життя, які використовують для оцінки рівня розвитку країни.
10. Які рівні споживання відносяться до рівня життя населення.?

Тестові завдання.

1. До організаційних методів управління належать:
 - реалізація матеріальних інтересів участі людини у виробничих процесах,
 - реалізація мотивів соціальної поведінки людини,
 - формування структури та ієрархії управління;
 - комплекс способів та прийомів впливу на людей, заснованих на використанні адміністративної влади керівництва;
 - все перераховане.

2. Психологічний підхід до потреб не передбачає:
 - розгляд активно-спонукаючих станів, які виникають в організмі під впливом зовнішньої природної необхідності;
 - переживання певної недостатності;
 - усвідомлення залежності людини від природи;
 - залежність потреб від психофізичних характеристик особистості;
 - все перераховане.

3. До методів соціального нормування соціального менеджменту відносить

- види дисциплінарного впливу;
- договори;
- правила трудового розпорядку;
- системи розподілу;
- все перераховане.

4. До психологічних параметрів якості життя належать:

- сон і відпочинок;
- професіоналізм;
- самооцінка;
- позитивні емоції;
- все перераховане.

Література.

1. Індекс якості життя: як змінювалося місце України в рейтингу URL: <https://www.slovoidilo.ua/2021/07/19/infografika/svit/indeks-yakosti-zhyttya-yak-zminyuvalosya-misce-ukrayiny-rejtynhu>
2. Менеджмент : Підручник / С.Ю. Бірюченко, К.О. Бужимська, І.В. Бурачек та ін.; під заг. ред. Т.П. Остапчук. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка». Житомир: Вид-во «Рута», 2021. 856 с.
3. Євченко В., Хлопоніна-Гнатенко О. Соціальний менеджмент як технологія ефективного управління. Економічний аналіз. 2022 рік. Том 32. № 1. С. 7-13.
4. Огінок С.В. Когут А.В. Еволюція розвитку соціального менеджменту в міжнародному бізнесі. Підприємництво та інновації. 2022. Випуск 30. С. 102-106.
5. Огінок С.В. Когут А.В. Когут М.В. Соціальний менеджмент як чинник розвитку соціального підприємства. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2024. Випуск 1(111). С.51-58.

6. Остряніна С. В. Функціональний підхід до соціального управління підприємства. Проблеми системного підходу в економіці. 2019. № 3 (1). С. 261-266.
7. Рейкін В. С. Соціальний менеджмент : конспект лекцій. Луцьк : Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2022. 129 с.
8. Сакало О.Є., Степанченко О.С. Національне щастя та державна політика його формування. БІЗНЕСІНФОРМ. 2020. №12. С. 6-12.
9. Сиченко В.В. Соціальний менеджмент як елемент системи управління підприємством. URL: https://www.rusnauka.com/6_PNI_2012/Economics/6_102468.doc.htm
10. Теорія управління: навчальний посібник / Грузіна І. А., Кінас І. О., Перерва І. М. та ін. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. 138 с.

ТЕМА 5. Соціальний менеджмент в системі соціально-трудових відносин.

Семінарське заняття 1. Система соціально-трудових відносин.

Основні поняття і категорії: трудові ресурси, трудовий потенціал, соціально-трудові відносини, праця, ринок праці, роботодавці, наймані працівники, трудові ресурси, система соціально-трудових відносин, соціальне партнерство..

План

1. Соціально-трудові відносини як система
2. Суб'єкти соціально-трудових відносин.
3. Механізм функціонування соціально-трудових відносин

Контрольні питання

1. Який зміст вкладається в поняття «соціально-трудові відносини»?
2. Назвіть основні типи соціально-трудових відносин:.

3. В чому проявляється особливість патерналізму як типу соціально-трудових відносин.
4. Проаналізуйте явище процесу гуманізації праці.
5. Які показників використовуються для визначення трудового потенціалу?
6. Яке коло питань розглядається в контексті соціально-трудових відносин?
7. Охарактеризуйте складові системи соціально-трудових відносин.
- 8.. Назвіть основні групи суб'єктів соціально-трудових відносин.
9. В чому проявляється роль держави як суб'єкта соціально-трудових відносин ?
10. Розкрийте особливість мікроекономічного рівня системи соціально-трудових відносин

Тестові завдання.

1. У системі соціально-трудових відносин, залежно від особливостей суб'єктів та характеристик соціально-економічного простору виділяють такі рівні:

- індивідуальний,
- мікроекономічний;
- макроекономічний;
- мегаекономічний;
- все перераховане.

2. Субсидіарність як типи соціально-трудових відносин постає як:

- взаємоповагу, досконалість відносин між людьми або колективами;
- відповідальність і взаємну допомогу, основу на спільності інтересів групи людей;
- здійснення захисту своїх інтересів суб'єктами соціально-трудових відносин і їх самореалізація в політику погодження, взаємних пріоритетів.;

- регламентація соціально-трудових відносин зі сторони держави або керівництва підприємства;
- прагнення людини до особистої відповідальності за досягнення своїх цілей і своїх дій при рішенні соціально-трудових проблем .

3. До принципів соціального партнерства відносять:

- трипартизм, тобто представництво уряду (виконавчих органів місцевої влади),
- двопартизм, тобто представництво найманих працівників і роботодавців;
- рівність сторін на переговорах та недопустимість обмеження;
- допустимість конфронтацій;
- повага, відкритість і довіра у стосунках..

4. В Україні основним представницьким органом найманих працівників є:

- Міжнародна організація праці;
- політичні партії;
- самооцінка;
- Міжнародне бюро праці;
- все перераховане.

Література.

- 1 Азаренкова Г. М., Борисенко І. І., Головка О. Г. Економіка праці та соціально-трудові відносини: Навчальний посібник. Львів: Новий Світ – 2000. 2020. 343 с.
2. Менеджмент : Підручник / С.Ю. Бірюченко, К.О. Бужимська, І.В. Бурачек та ін.; під заг. ред. Т.П. Остапчук. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка». Житомир: Вид-во «Рута», 2021. 856 с.
3. Євченко В., Хлопоніна-Гнатенко О. Соціальний менеджмент як технологія ефективного управління. Економічний аналіз. 2022 рік. Том 32. № 1. С. 7-13.

4. Огінок С.В. Когут А.В. Еволюція розвитку соціального менеджменту в міжнародному бізнесі. Підприємництво та інновації. 2022. Випуск 30. С. 102-106.
5. Огінок С.В. Когут А.В. Когут М.В. Соціальний менеджмент як чинник розвитку соціального підприємства. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2024. Випуск 1(111). С.51-58.
6. Остряніна С. В. Функціональний підхід до соціального управління підприємства. Проблеми системного підходу в економіці. 2019. № 3 (1). С. 261-266.
7. Рейкін В. С. Соціальний менеджмент : конспект лекцій. Луцьк : Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2022. 129 с.
8. Розвиток системи соціально-трудових відносин як складова економічного зростання регіону / Волківська А. М. та інш. URL: http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/12_2021/33.pdf
9. Сиченко В.В. Соціальний менеджмент як елемент системи управління підприємством. URL: https://www.rusnauka.com/6_PNI_2012/Economics/6_102468.doc.htm
10. Теорія управління: навчальний посібник / Грузіна І. А., Кінас І. О., Перерва І. М. та ін. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. 138 с.

Семінарське заняття 2. Інструменти впливу соціального менеджменту: виклики та перспективи розвитку.

Основні поняття і категорії: інструменти соціального менеджменту, система мотивації персоналу, система навчання та розвитку, система оцінки та звітування. підвищення кваліфікації працівників, звіт, соціальний звіт..

План

1. Інструменти соціального менеджменту
2. Характеристика теорій мотивації
3. Мотивація професійної діяльності.
4. Система оцінки та звітування .

Контрольні питання

1. Назвіть основні інструменти впливу на трудові відносини в соціально-орієнтованому менеджменті.
2. Охарактеризуйте роль основних інструменти соціального менеджменту в підвищенні ефективності діяльності організації.
3. Здійсніть порівняльний аналіз понять «стимул», «мотив», «мотивація».
4. Охарактеризуйте основні аспекти видів мотивації персоналу.
5. Назвіть нематеріальні форми мотивації персоналу.\
6. Які існують напрями у теоріях мотивації та в чому їх особливість?
7. В чому полягає особливість теорій потреб А. Маслоу?
8. Охарактеризуйте основні завдання соціального аудиту.
9. Які існують етапи підготовки соціального звіту?
10. В чому полягає відмінність комплексний соціальних звітів від стандартизованих?

Аналітичне завдання.

Проаналізуйте соціальний звіт НУВГП за 2020-2021 рр. URL: <https://nuwm.edu.ua/university/news/nuvhp-prezentuvav-hromadskosti-cherhovyi-sotsialnyi-zvit>

Дайте відповіді на запитання:

1. Як забезпечується соціальний захист працівників НУВГП?
2. Діяльність яких студентських організацій НУВГП розкривається у соціальному звіті?
3. На які соціальні проекти та заходи орієнтується НУВГП?

Література.

1. Азаренкова Г. М., Борисенко І. І., Головка О. Г. Економіка праці та соціально-трудові відносини: Навчальний посібник. Львів: Новий Світ – 2000. 2020. 343 с.
2. Дашко І. М. Мотивація персоналу в системі управління економічною ефективністю трудових ресурсів підприємства.

- «Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка». Випуск 10, 2021. С. 22-28.
3. Кісіль З.Р., Швець Д.В. Мотивація діяльності людини: Навчальний посібник у схемах, таблицях, коментарях. Одеса: Видавництво ОДУВС, 2023. 154 с.
 4. Менеджмент : Підручник / С.Ю. Бірюченко, К.О. Бужимська, І.В. Бурачек та ін.; під заг. ред. Т.П. Остапчук. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка». Житомир: Вид-во «Рута», 2021. 856 с.
 5. Євченко В., Хлопоніна-Гнатенко О. Соціальний менеджмент як технологія ефективного управління. Економічний аналіз. 2022 рік. Том 32. № 1. С. 7-13.
 6. Маслак В.П., Корнілова О.В. Трансформація теорій мотивації в сучасних умовах госпо дарювання підприємств. Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції «Стратегічний потенціал державного та територіального розвитку», м. Маріуполь, 9 жовтня 2020 р. Маріуполь, 2020. С. 72–74.
 7. Огінок С.В. Когут А.В. Когут М.В. Соціальний менеджмент як чинник розвитку соціального підприємства. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2024. Випуск 1(111). С.51-58.
 8. Олійник О.О. Соціальна звітність як інструмент розвитку трудової сфери на засадах корпоративної соціальної відповідальності. Україна: аспекти праці. 2020. № 3. С. 35-39.
 9. Остряніна С. В. Функціональний підхід до соціального управління підприємства. Проблеми системного підходу в економіці. 2019. № 3 (1). С. 261-266.
 10. Розвиток системи соціально-трудових відносин як складова економічного зростання регіону / Волківська А. М. та інш. URL: http://www.dy.nauka.com.ua/pdf/12_2021/33.pdf
 11. Теорія управління: навчальний посібник / Грузіна І. А., Кінас І. О., Перерва І. М. та ін. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. 138 с.

ТЕМА 6. Соціальна політика у контексті проблем соціально-орієнтованого менеджменту

Семінарське заняття 1. Соціальна політика: особливості, сфери та рівні

Основні поняття і категорії: соціальна політика, соціум, суспільство, право, правове регулювання соціальної політики, соціальні гарантії, соціальні виплати, соціальне страхування.

План

1. Соціальна політика: сутність, структура, завдання.
2. Передумови формування соціальної політики.
3. Основні сфери здійснення соціальної політики.

Контрольні питання

1. Який сутнісний зміст зосереджено в поняття «соціальна політика»?
2. Окресліть основні завдання соціальної політики.
3. Що є об'єктом соціальної політики?
4. Які основні блоки передбачає структура соціальної політики?
5. Проаналізуйте завдання соціальної політики
6. Назвіть, необхідність яких передумов варто враховувати при реалізації соціальної політики?
7. На яких ідеях базується сучасні доктрини соціальної політики?
8. Охарактеризуйте підсистеми соціальної політики.
9. Назвіть сфери діяльності соціальної політики.
10. Охарактеризуйте рівні соціальної політики.

Тестові завдання

1. Основними видами соціальної політики є:
 - регіональна;
 - корпоративна;
 - глобальна;
 - економічна;
 - репродуктивна.

2. До основних рівнів соціальної політики можна віднести наступні::

- регіональний;
- загальнодержавний;
- обласний;
- районний;
- все перераховане.

3. Політика у сфері праці і соціально-трудових відносин передбачає:

- пенсійне забезпечення;
- охорону праці;
- умови зайнятості;
- створення здорових, сприятливих умов для життя;
- захист прав та інтересів громадян за кордоном.

4. Формування соціальної політики передбачає врахування таких передумов як:

- кліматичні;
- географічні;
- ціннісні;
- екологічні;
- релігійні.

Література

1 Бондаренко С. М., Бугас Н. В. Соціальна політика держави як основа забезпечення соціального розвитку. URL: http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/2_2021/42.pdf

2. Менеджмент : Підручник / С.Ю. Бірюченко, К.О. Бужимська, І.В. Бурачек та ін.; під заг. ред. Т.П. Остапчук. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка». Житомир: Вид-во «Рута», 2021. 856 с.

3. Євченко В., Хлопоніна-Гнатенко О. Соціальний менеджмент як технологія ефективного управління. Економічний аналіз. 2022 рік. Том 32. № 1. С. 7-13.

4. Огінок С.В. Когут А.В. Еволюція розвитку соціального менеджменту в міжнародному бізнесі. Підприємництво та інновації. 2022. Випуск 30. С. 102-106.
5. Огінок С.В. Когут А.В. Когут М.В. Соціальний менеджмент як чинник розвитку соціального підприємства. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2024. Випуск 1(111). С.51-58.
6. Остряніна С. В. Функціональний підхід до соціального управління підприємства. Проблеми системного підходу в економіці. 2019. № 3 (1). С. 261-266.
7. Рейкін В. С. Соціальний менеджмент : конспект лекцій. Луцьк : Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2022. 129 с.
8. Сиченко В.В. Соціальний менеджмент як елемент системи управління підприємством. URL: https://www.rusnauka.com/6_PNI_2012/Economics/6_102468.doc.htm
9. Соціальна політика : навч. посібник / за заг. ред. В. М. Піча, Я. Б. Турчин. Львів : Новий світ-2000, 2016. 318 с.
10. Теорія управління: навчальний посібник / Грузіна І. А., Кінас І. О., Перерва І. М. та ін. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. 138 с.
11. Чанишева Г. Соціальна політика: поняття, цілі та правове забезпечення. Трудове право. 2020. №11. URL: <http://pgp-journal.kiev.ua/archive/2020/11/14.pdf>

ТЕМА 7. Соціальний менеджмент та соціальна відповідальність

Семінарське заняття 1. Управління корпоративною соціальною відповідальністю

Основні поняття і категорії: відповідальність, соціальна відповідальність, корпоративна соціальна відповідальність, соціальний пакет, соціальне партнерство, соціальні гарантії, соціально-трудова механізми...

План

1. Теоретичні підходи до розуміння соціальної відповідальності.
2. Сутність та напрями корпоративної соціальної відповідальності.
3. Механізми реалізації соціальної корпоративної відповідальності.

Контрольні питання

1. Розкрийте сутнісний зміст поняття «корпоративна соціальна відповідальність»?
2. Хто з науковців закладає теоретичні засади осмислення феномена корпоративної соціальної відповідальності?
3. Проаналізуйте основних ініціативи соціально-відповідальної діяльності організації Ф. Котлера.
4. Які переваги отримує підприємство в результаті виконання принципів соціальної відповідальності?
5. Назвіть рівні управління корпоративної соціальної відповідальності.
6. Які чинники враховуються при розробці стратегії корпоративної соціальної відповідальності?
7. Яке місце займає соціальний пакет в корпоративній соціальній відповідальності?
8. Проаналізуйте особливості соціального пакету.
9. Охарактеризуйте особливість компенсаційного соціального пакету.
10. Розкрийте специфіку матеріально-речових механізмів реалізації соціальної відповідальності на підприємстві.

Тестові завдання.

1. Підсистема соціально-економічних механізмів соціального захисту працівників:
 - соціально-трудова механізми,
 - компенсаційно-реабілітаційні механізми;
 - нормативно-правові механізми;
 - психологічні механізми;

- - все перераховане.

2. Складовими соціального пакету є:

- стандартний;
- обов'язковий;
- компенсаційний;
- спеціальний;
- все перераховане.

3. Основними принципами корпоративної соціальної відповідальності є:

- новаторство, безперервне удосконалення,
- орієнтація на споживача, лідерство у якості;
- отримання репутації надійної організації;
- формування банку кваліфікованої та мотивованої на високу продуктивність робочої сили;
- все перераховане..

4. Внутрішня корпоративна соціальна відповідальність передбачає:

- розвиток людських ресурсів;
- спонсорство;
- медичне та соціальне страхування;
- безпека праці;
- все перераховане.

Література.

1. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика: підручник / за науковою редакцією д.е.н., проф.,засл. діяч науки і техніки України Редькіна О.С.).

[URL:https://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2021/11/book_2011-1.pdf](https://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2021/11/book_2011-1.pdf)

2. Кузьмін О.Є., Пирог О.В., Чернобай Л.І., Станасюк Н.С., Пасінович І.І. Основи корпоративної соціальної відповідальності: стратегії та ділові практики: навчальний посібник. К.: Видавничий дім «Кондор». 2021.. 244 с

3. Менеджмент : Підручник / С.Ю. Бірюченко, К.О. Бужимська, І.В. Бурачек та ін.; під заг. ред. Т.П. Остапчук. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка». Житомир: Вид-во «Рута», 2021. 856 с.
4. Євченко В., Хлопоніна-Гнатенко О. Соціальний менеджмент як технологія ефективного управління. Економічний аналіз. 2022 рік. Том 32. № 1. С. 7-13.
5. Лихолат, С. Аналіз реалізації принципів корпоративної соціальної відповідальності в практичній діяльності підприємств. Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. 2022. № 34. С. 238-245.
6. Маслак В.П., Корнілова О.В. Трансформація теорій мотивації в сучасних умовах госпо дарювання підприємств. Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції «Стратегічний потенціал державного та територіального розвитку», м. Маріуполь, 9 жовтня 2020 р. Маріуполь, 2020. С. 72–74.
7. Огінок С.В. Когут А.В. Когут М.В. Соціальний менеджмент як чинник розвитку соціального підприємства. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2024. Випуск 1(111). С.51-58.
8. Олійник О. О. Соціальна відповідальність: Навчальний посібник. Рівне:НУВГП, 2016. 222 с.
9. Олійник О.О. Соціальна звітність як інструмент розвитку трудової сфери на засадах корпоративної соціальної відповідальності. Україна: аспекти праці. 2020. № 3. С. 35-39.
10. Розвиток системи соціально-трудоких відносин як складова економічного зростання регіону / Волківська А. М. та інш. URL: http://www.dy.nauka.com.ua/pdf/12_2021/33.pdf
11. Теорія управління: навчальний посібник / Грузіна І. А., Кінас І. О., Перерва І. М. та ін. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. 138 с.

Семінарське заняття 2. Соціальна відповідальність бізнесу.

Основні поняття і категорії: соціальна відповідальність, бізнес, соціальна відповідальність бізнесу, благодійна відповідальність, екологічна відповідальність, етична відповідальність, соціальні виплати, волонтерство, консолідована соціальна відповідальність

План

1. Соціальна відповідальність бізнесу; сутність, структура, завдання..
2. Характеристика концепції соціальної відповідальності бізнесу.
2. Взаємодія бізнесу із зовнішніми організаціями на засадах соціальної відповідальності.
4. Напрямки діяльності у сфері соціальної відповідальності бізнесу в Україні

Контрольні питання

1. Розкрийте сутнісний зміст поняття «соціальна відповідальність бізнесу».
2. Які структурні елементи передбачає соціальна відповідальність бізнесу?
3. Назвіть чинники, що впливають на формування та розвиток соціальної відповідальності бізнесу.
4. Охарактеризуйте особливості філантропічної соціальної відповідальності бізнесу.
5. Розкрийте завдання соціальної відповідальності бізнесу.
6. В чому проявляється особливість соціальної відповідальності бізнесу в Україні?
7. Яким чином здійснюється співпраця між бізнесом та навчальними закладами?
8. Охарактеризуйте соціальна відповідальність бізнесу перед споживачами..
9. В чому проявляється етична відповідальність бізнесу?
10. Які чинники впливають на формування та розвиток соціальної відповідальності бізнесу?

Аналітичне завдання.

Проаналізуйте наукову статтю «Соціальна відповідальність бізнесу в умовах війни» / Л. Червінська, Т. Червінська, І. Каліна та ін. . INANCIAL AND CREDIT ACTIVITY: PROBLEMS OF THEORY AND PRACTICE. 2023. Volume 6 (53). С. 405-416.

Дайте відповіді на запитання:

1. В чому, на думку авторів, проявилась особливість соціальної відповідальності бізнесу в Україні в умовах війни, які відрізняють її від інших ринків?
2. Як змістився фокус соціальної відповідальності бізнесу в нашій країні під час війни?
3. Які негативні тенденції відповідальності бізнесу в сучасних умовах війни в Україні обґрунтовують автори?

Література.

1. Бондарук Т. Г., Бондарук І. С. Економічна природа організаційно-економічного механізму соціальної відповідальності бізнесу. Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту: зб.наук. пр., 2021. № 1–2. С. 57–64.
2. Кузьмін О. Є., Станасюк Н. С, Уголькова О. З. Соціальна відповідальність бізнесу: поняття, типологія та чинники формування. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку. 2021. № 2 (6), С. 56-64.
3. Менеджмент : Підручник / С.Ю. Бірюченко, К.О. Бужимська, І.В. Бурачек та ін.; під заг. ред. Т.П. Остапчук. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка». Житомир: Вид-во «Рута», 2021. 856 с.
4. Євченко В., Хлопоніна-Гнатенко О. Соціальний менеджмент як технологія ефективного управління. Економічний аналіз. 2022 рік. Том 32. № 1. С. 7-13.
5. Лихолат, С. Аналіз реалізації принципів корпоративної соціальної відповідальності в практичній діяльності

підприємств. Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. 2022. № 34. С. 238-245.

6. Маслак В.П., Корнілова О.В. Трансформація теорій мотивації в сучасних умовах госпо дарювання підприємств. Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції «Стра тегічний потенціал державного та територіального розвитку», м. Маріуполь, 9 жовтня 2020 р. Маріуполь, 2020. С. 72–74.

7. Огінок С.В. Когут А.В. Когут М.В. Соціальний менеджмент як чинник розвитку соціального підприємства. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2024. Випуск 1(111). С.51-58.

8. Олійник О. О. Соціальна відповідальність: Навчальний посібник. Рівне:НУВГП, 2016. 222 с.

9. Олійник О.О. Соціальна звітність як інструмент розвитку трудової сфери на засадах корпоративної соціальної відповідальності. Україна: аспекти праці. 2020. № 3. С. 35-39.

10. Розвиток системи соціально-трудоких відносин як складова економічного зростання регіону / Волківська А. М. та інш. URL: http://www.dy.nauka.com.ua/pdf/12_2021/33.pdf

11. Соціальна відповідальність бізнесу в умовах війни / Л. Червінська, Т. Червінська, І. Каліна та ін. . INANCIAL AND CREDIT ACTIVITY: PROBLEMS OF THEORY AND PRACTICE. 2023. Volume 6 (53). С. 405-416.

12. Теорія управління: навчальний посібник / Грузіна І. А., Кінас І. О., Перерва І. М. та ін. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. 138 с.

ТЕМА 8. Соціальний менеджмент у сфері соціокультурної діяльності: соціальний самоменеджмент

Семинарське заняття 1. Особливості реалізації засад соціального менеджменту та соціального самоменеджменту у сфері соціокультурної діяльності

Основні поняття і категорії: соціальний менеджмент, соціокультурна діяльність, соціально-культурна сфера,

самоменеджмент, соціокультурний менеджмент,
соціокультурний самоменеджмент.

План

1. Особливість соціокультурної діяльності: мета, критерії, умови здійснення.
2. Соціальний менеджмент у контексті гуманістичної спрямованості соціокультурної діяльності.
3. Самоменеджмент та соціальний самоменеджмент як чинники ефективної діяльності соціокультурної сфери.

Контрольні питання

1. Розкрийте специфіку поняття «соціокультурна діяльність».
2. Визначте структурні елементи соціально-культурної сфери суспільства.
3. Які види передбачає діяльнісна підсистема соціокультурної діяльності?
4. В чому проявляється соціальний аспект соціокультурної діяльності?
5. Охарактеризуйте особливість гуманістичного критерію соціокультурної діяльності.
6. Яким чином соціокультурна діяльність сприяє рохриттю ціннісного потенціалу людини?
7. Назвіть основні етапи виникнення самоменджменту.
8. Охарактеризуйте переваги та технології соціального самоменеджменту.
9. Розкрийте зміст . основних соціальних складових самоменеджменту.
10. Охарактеризуйте особливість реалізації програми самовиховання у сфері соціокультурної діяльності.

Тестові завдання

1. До позитивних тенденцій розвитку соціокультурної сфери відносять::
 - активізація соціокультурної творчості різних груп населення;

- збагачення культурних ініціатив шляхом розвитку громадських об'єднань та рухів;
- надмірна комерціалізація культурного життя;
- стандартизація культурних запитів;
- все перераховане.

2. До соціокультурної сфери відносять такі галузі яка:

- освіта;
- мистецтво;
- фізична культура і спорт;
- туризм;
- все перераховане.

3. Технологія управління за відхиленнями в самоменеджменті передбачає:

- подолання відхилення можливо силами самих виконавців;
- при значній величині відхилень необхідне втручання і допомога керівника;
- орієнтація на досягнення не офіційних планових показників⁴
- менеджер приймає оперативні рішення, які торкаються персоналу, на основі постійного спостереження і аналізу його діяльності⁴
- все перераховане.

4. До основних шляхи планування часу в самоменеджменті відносять:

- максимальний критерій;
- мінімальний критерій;
- інтегративний критерій;
- ксіологічний критерій⁴
- суб'єктивний критерій..

Література

- 1 Менеджмент : Підручник / С.Ю. Бірюченко, К.О. Бужимська, І.В. Бурачек та ін.; під заг. ред. Т.П. Остапчук. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка». Житомир: Вид-во «Рута», 2021. 856 с.
2. Євченко В., Хлопоніна-Гнатенко О. Соціальний менеджмент як технологія ефективного управління. Економічний аналіз. 2022 рік. Том 32. № 1. С. 7-13.
3. Кочубей Н.В. Соціокультурна діяльність: посібник. Суми: Університетська книга., 2024. 122 с.
4. Огінок С.В. Когут А.В. Когут М.В. Соціальний менеджмент як чинник розвитку соціального підприємства. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2024. Випуск 1(111). С.51-58.
5. Остряніна С. В. Функціональний підхід до соціального управління підприємства. Проблеми системного підходу в економіці. 2019. № 3 (1). С. 261-266.
6. Рейкін В. С. Соціальний менеджмент : конспект лекцій. Луцьк : Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2022. 129 с.
7. Самоменеджмент [Електронний ресурс] : навчальний посібник / С. К. Василик, О. В. Майстренко, К. Р. Немашкало та ін. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2020. 150 с.
8. Сиченко В.В. Соціальний менеджмент як елемент системи управління підприємством. URL: https://www.rusnauka.com/6_PNI_2012/Economics/6_102468.doc.htm
9. Соціокультурний менеджмент: історія, теорія та сучасні практики : хрестоматія / уклад.: О. Р. Копієвська, Н. О. Шевченко. Київ : НАКККіМ, 2019. 326 с.
10. Теорія управління: навчальний посібник / Грузіна І. А., Кінас І. О., Перерва І. М. та ін. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. 138 с.

Модуль 2. Теоретичні та практичні аспекти соціального маркетингу та особливості їх реалізації у сфері соціокультурної діяльності.

ТЕМА 8. Теоретичні засади соціального маркетингу

Семинарське заняття 1. Теоретичні основи маркетингу: сутність, принципи, етапи становлення.

Основні поняття і категорії: маркетинг, ремамаркетинг, демамаркетинг, підтримуючий маркетинг, соціальний маркетинг, стратегічний маркетинг, синхромаркетинг маркетингові комунікації, брендинг, потреби..

План

1. Сутність, принципи, етапи становлення маркетингу
2. Маркетингові концепції та їх характеристика.
3. Види маркетингу
4. Основні функції маркетингу.

Контрольні питання

1. У яких аспектах розглядається поняття маркетингу?
2. Розкрийте особливість маркетингу як виду діяльності.
3. Назвіть основні етапи становлення маркетингу.
4. Розкрийте основні функції маркетингу.
5. За якими критеріями виокремлюють види маркетингу?
6. Проаналізуйте особливість ремамаркетингу.
7. Здійсніть порівняльний аналіз демамаркетингу та підтримуючого маркетингу.
8. Розкрийте зміст поняття «функція маркетингу».
9. Охарактеризуйте основні функції маркетингу.
10. Здійсніть порівняльний аналіз традиційного і маркетингового підходу до діяльності організацій.

Тестові завдання

1. Концепція удосконалення товару в маркетингу передбачає::

- споживачі надають перевагу широко розповсюдженим та доступним за ціною товарам;

- низька ціна не є найважливішим аргументом у придбанні товару;
- орієнтація на вдосконаленні та підвищенні ефективності системи розподілу товару;
- орієнтація на високу якість товарів;
- все перераховане.

2. До основних ознак синхромаркетингу відносять:

- гнучкі ціни;
- стимулювання збуту;
- зміна спонукальних мотивів;
- зниження ціни у момент падіння попиту, збільшення при надмірному;
- все перераховане.

3. До двох найвищих рівнів в ієрархічній піраміді потреб Маслоу відносить потреби :

- поваги;
- самоактуалізації;;
- духовні;
- безпеки життя;
- релігійні.

4. До внутрішнього маркетингу відносять:

- глобальний маркетинг;
- місцевий;
- національний;
- багатонаціональний;
- регіональний..

Література

1. Дзюба Н. Соціальний маркетинг як підхід ефективної стратегії формування здорового способу життя молоді (теоретичний аспект). Соціальна робота та соціальна освіта. 2022. Випуск 1(8). С.77-87.

2. Ляшук К., Гордовський А. Соціальний маркетинг і соціальна відповідальність бізнесу. Трансформаційна економіка № 2 (02), 2023. С. 34-37.
3. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.
4. Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій : матеріали I Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (24 травня 2024 р).Луцьк: ЛНТУ, 2024. 204 с.
5. Носань Н. Інноваційні маркетингові стратегії сучасного українського підприємства. Економіка та суспільство.2024. №59. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3472/3400> .
6. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с.
7. Попко О., Філатов В. Персоналізація в сучасному маркетингу та її вплив на лояльність клієнтів. Економіка та суспільство. 2023. № 58. С.238-245.
8. Філіна Т. В. Маркетингова складова популяризації культурного продукту. Теорія та історія культури. Питання культурології. 2019. № 35. С. 77-86

Семінарське заняття 2. Соціальний маркетинг як складова соціального менеджменту.

Основні поняття і категорії: маркетинг, соціальний маркетинг, менеджмент, соціальний менеджмент, фандрайзинг, спонсорство, благодійність, спеціальні заходи, стимулювання продажів.

План

1. Передумови та історія виникнення соціального маркетингу
2. Принципи та цілі соціального маркетингу..
3. Характеристика концепцій соціального маркетингу.
4. Соціальна справедливість і маркетинг .

Контрольні питання.

1. Розкрийте сутнісний зміст поняття «соціальний маркетинг».
2. В чому полягає особливість соціального маркетингу як функції управління?
3. Як співвідносяться між собою поняття «маркетинг» та «соціальний маркетинг».
4. Охарактеризуйте ознаки соціального маркетингу,
5. В чому проявляються етичні аспекти соціальних маркетингових стратегій?
6. Назвіть види соціального маркетингу.
7. Яким чином соціальний маркетинг впливає на цільову аудиторію ?
8. Назвіть основні переваги втілення концепції соціального маркетингу у діяльність компаній,
9. Охарактеризуйте типові проблеми, які можуть виникати у компанії, яка не використовує концепцію соціального маркетингу.
10. На яких принципах здійснюється реалізація соціального маркетингу в діяльності компаній?

Тестові завдання

1. Соціальний маркетинг передбачає:
 - вибір суспільних пріоритетів;
 - проведення систематичного розвитку концепції маркетингу;
 - врахування існуючої об'єктивної необхідності бізнесу щодо того, щоб бути соціально відповідальним;
 - внутрішні мотиви людини;
 - орієнтація на високу якість товарів;
 - духовне вдосконалення особистості.

2. Основними етичними аспектами, які потрібно враховувати при розробці соціальних маркетингових стратегій є:
 - автентичність і правдивість;
 - співробітництво зі спільнотою;

- вплив на емоційний та психологічний стан;
- згода і конфіденційність;
- все перераховане.

3. Цілями соціального маркетингу є :

- спрямованість маркетингової стратегії на отримання прибутку;
- реалізація суспільного прагнення до поліпшення якості життя;
- орієнтація на правило «Клієнт завжди правий»;
- розробка програм в інтересах всього суспільства;
- все перераховане.

4. Залучення та акумулювання коштів з різних джерел на некомерційні проекти це:

- планування;
- спонсорування;
- фандрайзинг;
- благодійництво;
- все перераховане.

Література

1. Дзюба Н. Соціальний маркетинг як підхід ефективної стратегії формування здорового способу життя молоді (теоретичний аспект). Соціальна робота та соціальна освіта. 2022. Випуск 1(8). С.77-87.
2. Ляшук К., Гордовський А. Соціальний маркетинг і соціальна відповідальність бізнесу. Трансформаційна економіка № 2 (02), 2023. С. 34-37.
3. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.
4. Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій : матеріали I Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (24 травня 2024 р). Луцьк: ЛНТУ, 2024. 204 с.

5. Носань Н. Інноваційні маркетингові стратегії сучасного українського підприємства. Економіка та суспільство.2024. №59. .URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3472/3400>. .
6. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с.
7. Попко О., Філатов В. Персоналізація в сучасному маркетингу та її вплив на лояльність клієнтів. Економіка та суспільство. 2023. № 58. С.238-245.
8. Філіна Т. В. Маркетингова складова популяризації культурного продукту. Теорія та історія культури. Питання культурології. 2019. № 35. С. 77-86

ТЕМА 10. Особливості практичної реалізації концепцій соціального маркетингу.

Семінарське заняття 1. Соціальний маркетинг та специфіка його впровадження в діяльності компаній: особливість фандрайзингу.

Основні поняття і категорії: маркетинг, соціальний маркетинг, фандрайзинг, спонсорство, благодійність, спеціальні заходи, допомога, фінансування, цінова політика, реклама..

План

- 1.. Формування маркетингової діяльності підприємства на ринку з урахуванням принципів соціальної відповідальності бізнесу.
2. Практика використання соціального маркетингу.
3. Особливості організації фандрайзингової діяльності

Контрольні питання

1. В яких основних сферах здійснюється застосування застосування соціального маркетингу?
2. Проаналізуйте практику використання соціального маркетингу в Україні.

3. Наведіть приклади практичного застосування засад соціального маркетингу у діяльності компаній.
4. Як організовується маркетингова діяльність у соціально-відповідальних компаній?
5. В чому полягає відмінність інструментарію соціального маркетингу від класичного маркетингу?
6. Які проблеми виникають у компанії, яка не орієнтує свою діяльність на концепцію соціального маркетингу?
7. Яку роль виконує фандрайзинг в реалізації соціального маркетингу?
8. Що є основною метою фандрайзингу?
9. Охарактеризуйте основні види фандрайзингу.
10. Назвіть основні етапи здійснення фандрайзингу..

Практичне завдання

На основі поданих підходів, що реалізуються соціально-відповідальними компаніями та типових проблем, які можуть виникати у компанії, яка не використовує концепцію соціального маркетингу заповніть таблицю, шляхом розподілу їх серед складових комплексу маркетингу.

Особливості маркетингу компаній (соціально-відповідальні, соціально-невідповідальні)

Найменування складової комплексу маркетингу	Особливості комплексу маркетингу соціально-відповідальної компанії	Типові проблеми, які можуть виникати у компанії, яка не використовує концепцію соціального маркетингу
Товар		
Ціна товару		
Розподіл		
Маркетингові комунікації		

Перелік підходів, які реалізуються соціально-відповідальними та соціально-невідповідальними компаніями.

Неперервний пошук шляхів у напрямі оптимізації товарів задля підвищення їх безпечності, реальної споживчої цінності; використання диференційованого ціноутворення; на етикетках подана інформація, яка інколи може бути оманливою та неправдивою; упаковка товару після використання не підлягає утилізації та забруднює довкілля; використання монополю високих цін або навпаки демпінгових цін в умовах ведення цінової конкуренції; використання дискримінаційного ціноутворення та оманливих методів розрахунку ціни; роздутість в рекламі обіцянок із сторони продавця, які неможливо виконати; відмова від проведення неетичної реклами та співпраці з тими суб'єктами ринку, які мають погану репутацію; забезпечення збуту та формування взаємовідносин із суб'єктами ринку на засадах чесності та прозорості; використання владних відносин у каналі розподілу, що можуть обумовити виникнення конфліктів.

Література

1. Дзюба Н. Соціальний маркетинг як підхід ефективної стратегії формування здорового способу життя молоді (теоретичний аспект). Соціальна робота та соціальна освіта. 2022. Випуск 1(8). С.77-87.
2. Ляшук К., Гордовський А. Соціальний маркетинг і соціальна відповідальність бізнесу. Трансформаційна економіка № 2 (02), 2023. С. 34-37.
3. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.
4. Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій : матеріали I Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (24 травня 2024 р). Луцьк: ЛНТУ, 2024. 204 с.
5. Носань Н. Інноваційні маркетингові стратегії сучасного українського підприємства. Економіка та суспільство. 2024. №59. URL:

<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3472/3400> .

6. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с.
7. Попко О., Філатов В. Персоналізація в сучасному маркетингу та її вплив на лояльність клієнтів. Економіка та суспільство. 2023. № 58. С.238-245.
8. Сорока С., Лізаковська С. Нормативно-правове забезпечення фондрейзингу в Україні. Дніпровський науковий часопис публічного управління, психології, права. 2021. №о 2. С. 29-34.
9. Фандрейзинг, або залучення ресурсів для ідей і проєктів [короткий практичний посібник для планування фінансової діяльності громадських організацій]./ Укладання та упорядкування матеріалів:Інна Стащук, Віталій Лисенко. Запоріжжя, 2021.52 с.

ТЕМА 11. Теоретичні та практично-прикладні виміри рекламної діяльності в системі соціального маркетингу

Семінарське заняття 1. Теоретичне осмислення реклами: визначення поняття, історична традиція та сучасний стан

Основні поняття і категорії: реклама, маркетинг, маркетингові комунікації, засоби масової інформації, інформація, рекламна діяльність, рекламна стратегія, соціальна реклама.

План

1. Теорія реклами: сутність, функції, завдання.
2. Реклама в системі маркетингових комунікацій.
3. Соціальна реклама та її вплив на суспільство..
4. Новітні форми та технології у рекламі.

Контрольні питання

1. Розкрийте зміст поняття «реклама», яке утвердилося у сучасній теорії.
2. Як тлумачиться реклама відповідно до законодавства України?

3. Чи реклама протиставляється агітації і пропаганді?
- 4.. Назвіть основні види реклами.
5. Коли і чому реклама перетворилася на глобальну індустрію?
6. Назвіть основних теоретиків реклами.
7. Якою є мета соціальної реклами?
8. Охарактеризуйте види соціальної реклами.
9. Визначте основні тенденції просування соціальної реклами в Україні.
10. Яким чином новітні форми та технології реклами впливають на специфіку її сприйняття?

Опрацювання наукових праць.

Ознайомтеся з науковою статтею Минко Л.М. «Етика реклами в сучасному маркетингу». Економіка та суспільство. 2023. Випуск 47. .URL: [2175-Етика реклами.pdf](#)

Дайте відповіді на запитання:

1. Які, на думку автора, проблемні питання щодо рекламної діяльності необхідно вирішити компанії ?
2. Які виникають найбільш поширенні порушення етики в рекламній діяльності при виконанні задач, що поставлені перед рекламою?
3. Яке значення в статті відводиться Консолідованому Кодексу рекламної практики та маркетингових комунікацій Міжнародної торгової палати у забезпеченні морально-етичного здійснення рекламної діяльності?

Література

1. Білоконенко Л. А. Основи рекламознавства : практикум. Кривий Ріг : КДПУ, 2020. 112 с.
2. Грабчак О.В. Соціальна реклама та її роль у процесах саморегуляції суспільства. URL: <https://fkspp.at.ua/KonfCP2015/s5/h1.pdf>
3. Дзюба Н. Соціальний маркетинг як підхід ефективної стратегії формування здорового способу життя молоді

- (теоретичний аспект). Соціальна робота та соціальна освіта. 2022. Випуск 1(8). С.77-87.
4. Іванечко Неля. Управління рекламною діяльністю: навч. посібник. Тернопіль: Західноукраїнський національний університет, 2022. 88 с.
 5. Ляшук К., Гордовський А. Соціальний маркетинг і соціальна відповідальність бізнесу. Трансформаційна економіка № 2 (02), 2023. С. 34-37.
 6. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.
 7. Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій : матеріали I Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (24 травня 2024 р). Луцьк: ЛНТУ, 2024. 204 с.
 - 8 Мунтян І.В., Євтушок О.В. Соціальна реклама в Україні: сучасні реалії та перспективи розвитку. Економіка харчової промисловості. 2020. Т.12. №2. С. 55-61.
 9. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с.
 10. Попко О., Філатов В. Персоналізація в сучасному маркетингу та її вплив на лояльність клієнтів. Економіка та суспільство. 2023. № 58. С.238-245.
 11. Хейна М. Що таке медійна реклама? Посібник для початківців. URL: <https://bannerboo.com/ua/blog/shcho-take-mediyna-reklama/>

Семінарське заняття 2. Організація рекламної діяльності

Основні поняття і категорії: реклама, маркетинг, маркетингові комунікації, засоби масової інформації, інформація, рекламна діяльність, рекламна стратегія, рекламна кампанія, медіапланування, психологія реклами, зв'язки з громадськістю, рекламний текст, стилістика рекламного тексту...

План

1. Підготовка і проведення рекламної кампанії.
2. Формування рекламного бюджету.
3. Стилiстика та дизайн рекламних текстiв.
4. Реклама та зв'язки з громадськiстю.

Контрольні питання.

1. Розкрийте специфіку планування рекламної діяльності.
2. Як здійснюється вибір каналів розповсюдження реклами?
3. Розкрийте особливості проведення рекламної кампанії.
4. Охарактеризуйте підходи до розроблення рекламного бюджету?
5. Яку роль відіграє психологічна мотивація у рекламному зверненні?
6. Яким чином забезпечується емоційний фон у рекламі?
7. Наведіть приклади прийомів створення рекламних роликів.
8. Назвіть етапи роботи над створенням рекламного телевізійного або радіоролика.
9. Охарактеризуйте типологію персонажів у рекламному зверненні.
10. Які існують методи оцінки ефективності реклами?

Тестові завдання

1. Рекламна стратегія визначається такими елементами як:
 - цільова аудиторія;
 - концепція товару;
 - рекламні засоби поширення інформації;
 - рекламне звернення;
 - все перераховане..

2. Процес психологічної обробки інформації і зміну ставлення до купівлі передбачає:
 - стимул;
 - увага;
 - інтерпретація рекламного звернення;
 - поведінка;
 - все перераховане.

3. До встановлення рекламного бюджету використовують підходи:

- аналітичний;
- системний;
- неаналітичний;
- антропологічний;
- все перераховане.

4. Основними елементами ефективності реклами є:

- економічна;
- гносеологічна;
- культурологічна;
- комунікативна;
- психологічна.

Література

1. Білоконенко Л. А. Основи рекламознавства : практикум. Кривий Ріг : КДПУ, 2020. 112 с
2. Грабчак О.В. Соціальна реклама та її роль у процесах саморегуляції суспільства. URL: <https://fkspp.at.ua/KonfCP2015/s5/h1.pdf>
3. Дзюба Н. Соціальний маркетинг як підхід ефективної стратегії формування здорового способу життя молоді (теоретичний аспект). Соціальна робота та соціальна освіта. 2022. Випуск 1(8). С.77-87.
4. Іванечко Неля. Управління рекламною діяльністю: навч. посібник. Тернопіль: Західноукраїнський національний університет, 2022. 88 с.
5. Ляшук К., Гордовський А. Соціальний маркетинг і соціальна відповідальність бізнесу. Трансформаційна економіка № 2 (02), 2023. С. 34-37.
6. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.

7. Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій : матеріали І Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (24 травня 2024 р).Луцьк: ЛНТУ, 2024. 204 с.
- 8 Мунтян І.В., Євтушок О.В. Соціальна реклама в Україні: сучасні реалії та перспективи розвитку. Економіка харчової промисловості. 2020. Т.12. №2. С. 55-61.
9. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк : СПД Галяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с.
10. Попко О., Філатов В. Персоналізація в сучасному маркетингу та її вплив на лояльність клієнтів. Економіка та суспільство. 2023. № 58. С.238-245.
11. Хейна М. Що таке медійна реклама? Посібник для початківців. URL: <https://bannerboo.com/ua/blog/shcho-take-mediyna-reklama/>

ТЕМА 12. Соціальний маркетинг у сфері соціокультурної діяльності.

Семинарське заняття 1. Соціальний маркетинг у соціокультурній сфері.

Основні поняття і категорії: маркетинг, соціальний маркетинг, культура, сфера соціокультурної діяльності, культурний продукт, реклама, бренд, айдентика бренду.

План

1. Місце та роль маркетингу в соціокультурній сфері.
2. Маркетингові технології в сфері соціокультурної діяльності.
3. Айдентика бренду у сфері культури.

Контрольні питання

- 1.Розкрийте особливості реалізації маркетингу у соціокультурній сфері.
2. .Які основні етапи включає процес управління маркетингом у сфері культури?
3. В чому полягає специфіка продуктів культурної сфери?

4. Чому виробництво в галузі культури і мистецтва слід розглядати як підприємство з особливо високим рівнем ризику?
5. Чому українським музеям варто задуматися про власну бренд-стратегію?
6. Розкрийте сутнісний зміст поняття «айдентика бренду».
7. Яким чином айдентика культурного продукту впливає на споживача?
8. Як візуальний стиль впливає на відвідувачів культурних інститутів?
9. Проаналізуйте нові тренди в айдентичі.
10. Розкрийте основні варіанти роботи на ринку культурних продуктів із різними цільовими групами.

Тестові завдання

1. Поняття "маркетингу підприємств культури" вперше обгрунтував;
 - Фуллертон;
 - Борден;
 - Котлер;
 - Кіт;
 - Маккарті.

2. До сегментів ринку художньої продукції: Грішман відносить:
 - творчість, орієнтована на творця і його головна мета - самовираження.
 - творчість, орієнтовна на мистецькі кола і його головна мета - визначення, схвалення;
 - комерціалізована творчість і його головна мета – грош;
 - творчість, орієнтована на споживача і його головна мета – задоволення потреб;
 - все перераховане.

3. Айдентика бренду в культурних інститутах може вирішити такі завдання як :

- збільшивши впізнаваність культурного продукту;
- створити бажаний образ культурного інституту;
- ідентифікувати власний культурний продукт з брендом;
- показати відмінності власного культурного інституту від інших представників індустрії;
- все перераховане.

4. До інноваційних маркетингових технологій, що застосовуються у процесі популяризації культурних продуктів належать:

- брендинг;
- ребрендинг;
- маркетингові інтернет-технології;
- маркетинг вражень;
- все перераховане.

Література

1. Вraith Г. Я. Бізнес-культура менеджменту соціокультурної діяльності Концепти соціокультурної трансформації сучасного суспільства : матеріали IV Міжнародної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених (Одеса, 21-22 травня 2021 р.) Одеса: ПНПУ імені К. Д. Ушинського, 2021. С. 61-62.
2. Любарець В. Менеджмент соціокультурної діяльності як складова системи державного управління. Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. Випуск 45. 2023. С.178-183.
3. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.
4. Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій : матеріали I Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (24 травня 2024 р).Луцьк: ЛНТУ, 2024. 204 с.
5. Носань Н. Інноваційні маркетингові стратегії сучасного українського підприємства. Економіка та суспільство. 2024. №59. URL:

<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3472/3400> .

6. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с.
7. Попко О., Філатов В. Персоналізація в сучасному маркетингу та її вплив на лояльність клієнтів. Економіка та суспільство. 2023. № 58. С.238-245.
8. Теорія та історія соціокультурної діяльності: нав. посіб. / О. Б. Петінова, В. В. Опанасюк. Одеса, 2018. 78 с.
9. Філіна Т. В. Маркетингова складова популяризації культурного продукту. Теорія та історія культури. Питання культурології. 2019. № 35. С. 77-86.
10. Хейна М. Що таке медійна реклама? Посібник для початківців. URL: <https://bannerboo.com/ua/blog/shcho-take-mediyna-reklama/>

4. Запитання для самостійної роботи

1. Яке місце займає освіта та культура в інфраструктурі інформаційно-мережевої економіки.?
2. Розкрийте роль інформації як пріоритетного ресурсу інформаційного суспільства.
3. Проаналізуйте особливість віртуальних організаційних структур в інформаційному суспільстві.
4. Які зміни відбулися у структурі потреб споживачів інформаційно-мережевого суспільства?
5. Розкрийте роль та місце інтелектуального потенціалу співробітників у компаніях нового типу.
6. Розкрийте особливість осмислення теорії «індустрії знань» у вченні Ф. Махлупа та А. Горца.
7. Охарактеризуйте витоки соціально-орієнтованого менеджменту.
8. Чому культура, освіта та інтелектуальний потенціал є провідними чинниками и людського капіталу?
9. Чому соціальний менеджмент передбачає управління людиною як особистістю, а не ресурсом?.

10. . Охарактеризуйте соціальні проблеми та їх висвітлення в засобах масової комунікації.
11. В чому полягає суть масовості як характеристики сучасної культури та комунікації.
12. Які проблеми відтворення людського капіталу існують в Україні?
13. Охарактеризуйте виклики та перспективи розвитку соціального менеджменту.
14. Розкрийте сучасні тенденції в сфері соціального менеджменту.
15. Проаналізуйте проблеми, що виникають у процесі впровадження соціального. Менеджменту.
16. В чому полягає особливість соціального прогнозування та соціальне планування?
17. Розкрийте сутність основних елементів системи соціального управління.
18. Охарактеризуйте специфіку управління соціальними ресурсами.
19. Охарактеризуйте види, форми і рівні функціонування соціально-трудоових відносин.
20. Висвітліть . роль держави в системі соціально-трудоових відносин.
21. Розкрийте суть загальних та спеціальних короткострокові/довгострокові програм підвищення кваліфікації.
22. Яким чином створення сприятливого соціального середовища впливає на результативність роботи?
23. Розкрийте особливості теорій потреб (А. Маслоу),
24. В чому полягає особливість процесуальної теорії мотивації: очікування В. Врума та теорії справедливості Дж. С. Адамса?
25. Охарактеризуйте основні моделі соціальної політики.
26. Назвіть основні Інновації в соціальній політиці.
27. Як між собою співвідносяться соціальна та культурна політики?

28. Охарактеризуйте історію становлення та розвитку корпоративної соціальної відповідальності.
29. Проаналізуйте механізми реалізації соціальної відповідальності у сфері праці.
30. Розкрийте майбутні напрямки діяльності в сфері соціальної відповідальності бізнесу в Україні..
31. Висвітліть специфіку консолідованої соціальної відповідальності.
32. Розкрийте особливості формування та реалізації державної і регіональної політики у сфері культури
33. Висвітліть особливості організація спеціальних подій та суспільних заходів (конференції, свята, фестивалі, церемонії).
34. Назвіть передумови виникнення самоменджменту.
35. Які використовують джерела фінансування заходів у сфері культури?
36. . Розкрийте соціальний маркетинг як маркетинг ідей Ф. Котлера.
37. 13. Дайте характеристику новин за Н. Луманом.
38. В чому полягає специфіка політичної реклами, соціальної та комерційної реклами, та самореклами?
39. Як співвідносяться між собою утилітаризм та соціальний маркетинг?
40. Висвітліть види соціального маркетингу.
41. Проаналізуйте етичні аспекти соціальних маркетингових стратегій.
42. Розкрийте відмінність соціального маркетингу від комерційного.
43. Охарактеризуйте основні виклики соціального маркетингу.
44. Висвітліть історичну ретроспектива розвитку реклами.
45. Яка існує класифікація реклами?
46. Охарактеризуйте основні види реклами.
47. В чому полягає значення реклами як «вторинного соціального інституту».
48. Визначте рекламу як продукт культури.
49. Охарактеризуйте основні виміри культурного продукту..

50. Охарактеризуйте візуальний стиль та його вплив на відвідувачів культурних інститутів.

5. Методи оцінювання знань

Система оцінювання знань студентів проводиться відповідно до Положення про організацію освітнього процесу в Національному університеті водного господарства та природокористування

<http://ep3.nuwm.edu.ua/4088/>

Для оцінювання знань студентів передбачається проведення поточного та підсумкового контролю знань за ЄКТС.

Для визначення рівня засвоєння студентами навчального матеріалу використовуються такі методи оцінювання знань:

- письмові п'ятихвилинки по філософських категоріях;
- оцінка за доповідь на семінарському занятті;
- поточне тестування після вивчення кожного змістовного модуля;
- оцінка за опрацювання першоджерел;
- модульні контрольні роботи;
- оцінка за самостійну роботу;
- підсумковий екзамен.

Для досягнення цілей та завдань курсу студентам потрібно вчасно виконати завдання пов'язане із пошуком інформації стосовно вибраної професійної діяльності, оформити у презентаційний вигляд та представити-захистити перед колективом студентів групи; вчасно здати модульні контролю знань.

Розподіл обов'язкових балів, що присвоюються студентам.

6. Розподіл обов'язкових балів, що присвоюються студентам.

Модуль 1 – поточне опитування та СРС								Модуль 2 – поточне опитування та СРС				Бонусні бали	Підсумковий модульний контроль	Сума
Т1	Т2	Т3	Т4	Т5	Т6	Т7	Т8	Т10	Т12	Т13	Т14			
6	3	3	3	6	3	6	3	6	3	6	4	8	40	100

Студенти мають можливість отримати додаткові бали (бонуси) за виконання самосійної роботи (до 6 балів), участь у конференціях, круглих столах, конкурсах есе (до 8 балів).

Дисципліна закінчується екзаменом, тому результати складання модульних контролів можуть зараховуватись як підсумковий контроль. Два модульні контролі проходять у формі тестування на навчальній платформі Moodle. Кожний модульний контроль містить по 30 запитань різного рівня складності: перший рівень – 20 запитань по 0,4 бали, другий рівень – 6 запитань по 1 балу, третій рівень – 4 запитання по 1,5 бали. Усього – 20 балів за кожен модуль.

Для забезпечення об'єктивного оцінювання студентам надається право подавати в письмовій формі апеляційну скаргу про незгоду з отриманими балами.

Шкала оцінювання

Сума балів за всі форми навчальної діяльності	Оцінка за національною шкалою	
	для екзамену	для заліку
90-100	відмінно	зараховано
82-89	добре	
74-81		
64-73	задовільно	
60-63		
35-59	незадовільно з можливістю	не зараховано з можливістю

	повторного складання	повторного складання
0-34	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни