

ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ  
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ, ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА  
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН ТА  
МАРКЕТИНГУ



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
**ЕКОЛОГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ ТА ДОРАДНИЦТВО**

**ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ:**

*Рівень вищої освіти* - другий (магістерський) рівень

*Ступінь вищої освіти* - магістр

*Галузь знань* - Дисципліна вільного вибору

*Кількість кредитів* - 5

*Рік підготовки* - 4, семестр - 7

*Компонент освітньо-професійної програми* - вибіркова

*Дні занять* - відповідно до розкладу занять у ЛНУП

*Консультації* - онлайн і офлайн згідно графіку консультацій кафедри

*Мова викладання* - українська

**ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА:**

**Хірівський Роман Петрович**

**Кандидат економічних наук, доцент**

**Контактна інформація** ел.пошта: [RomanKhirivskiy@i.ua](mailto:RomanKhirivskiy@i.ua),

телефон: +380971224437

Викладач з 13-річним досвідом, автор та співавтор понад 70 наукових та навчально-методичних публікацій, з яких: 5 опубліковано у виданнях, що індексуються у наукометричних базах Web of science та Scopus.

**Читає курси:** «Міжнародні митні регулятори», «Міжнародні організації», «Інфраструктура товарного ринку», «Екологічний менеджмент та маркетинг».

**Наукові інтереси:** Формування та управління ресурсним потенціалом територіальних громад України, брендинг території як інструмент соціально-економічного розвитку територіальних громад.

**Анотація до курсу.** Екологічний маркетинг та дорадництво” є дисципліною вибіркової складової навчального плану, циклу дисциплін загальної підготовки. Студенти отримують теоретичні знання відносно поведенки покупців на ринках екологічно чистих товарів, товарної політики виробників органічної продукції, формування стратегій ціноутворення на ринках екологічно чистої продукції та її розповсюдження.

У процесі навчання студенти здобувають навички просування екологічно чистої продукції через систему маркетингових комунікацій, здатності здійснювання екологічно орієнтованого планування маркетингової діяльності.

Завдання дисципліни: формування спеціальних знань щодо характеристик маркетингового середовища, схем збуту еко-продукції, типів “зелених компаній”, методів комунікацій в екологічному маркетингу.

**Підсумковий контроль** - іспит.

**Обсяг курсу** - 56 годин аудиторних занять, з них 28 годин лекцій, 28 годин практичних і семінарських занять та 94 години самостійної роботи.

**Пререквізити курсу** - Теоретичною базою вивчення дисципліни є попередні навчальні дисципліни: “економіка природокористування”, “управління природоохоронною діяльністю”, “природоохоронне законодавство”.

**Мета та цілі курсу.** Метою дисципліни є формування знань теоретико-методичної бази екологічного маркетингу як управлінського інструменту, методології, що ґрунтується на системному підході.

Завдання дисципліни «Екологічний маркетинг та дорадництво» - формування у студентів правильного підходу до розуміння теоретичних і методологічних основ екологічного маркетингу; засвоєння особливостей діяльності макро- і мікросередовища екомаркетингу; оволодіння знаннями щодо сегментації екологічного ринку і вибору цільових екоsegmentів; засвоєння методів та процедур з розробки комплексу маркетингових заходів в межах товарної, цінової, комунікаційної політик; оволодіння інструментами стратегічного планування, впровадження і контролю програм екологічного маркетингу.

**Формат курсу** - Очний. Проведення лекцій, практичних робіт, консультацій тощо.

## Структура курсу

Номер тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с. р.		л	п	лаб.	інд.	с. р.
	Рік підготовки 1 Семестр 1						Рік підготовки 1 Семестр 1					
Тема 1. Концепція екологічного маркетингу.	10	2	2	-	-	6	-	-	-	-	-	
Тема 2. Поведінка покупців на ринках екологічно чистих товарів.	10	2	2	-	-	6	-	-	-	-	-	
Тема 3. Товар та товарна політика.	10	2	2	-	-	6	-	-	-	-	-	
Тема 4. Ціноутворення на ринках екологічно чистої продукції	10	2	2	-	-	6	-	-	-	-	-	
Тема 5. Розповсюдження екологічно чистої продукції.	10	2	2	-	-	6	-	-	-	-	-	
Тема 6. Просування екологічно чистої продукції через систему маркетингових комунікацій	10	2	2	-	-	6	-	-	-	-	-	
Тема 7. Екологічно орієнтоване планування маркетингової діяльності	10	2	2	-	-	6	-	-	-	-	-	
Тема 8. Інформаційно-консультаційне забезпечення сталого розвитку	10	2	2			6						
Тема 9. Планування інформаційно-консультаційних програм	10	2	2			6						
Тема 10. Дорадництво в органічному бізнесі	10	2	2			6						
Тема 11. Напрями діяльності дорадчої служби.	10	4	4			2						
Тема 12. Маркетинг дорадчих послуг.	10	4	4			2						
Разом	120	28	28	-	-	64	-	-	-	-	-	
Іспит	30											
<b>Індивідуальні завдання</b>												
КР	30	-	-	-	-	-	--	-	-	-	-	
<b>Усього годин</b>	180						--	-	-	-	-	

### Питання винесені на самостійне вивчення

№ з/п	Назва теми
1.	Історія створення та функціонування дорадчих служб.
2.	Розробка стратегії сегментації ринку.
3.	Середовище функціонування екологічного маркетингу
4.	Екомаркування та вимоги до упаковки
5.	Стратегії ціноутворення на екологічно чисту продукцію на їх коригування
6.	Організація системи екологічно орієнтованого товароруху
7.	Комплекс маркетингових комунікацій у системі екологічного маркетингу
8.	Маркетингові інновації - шлях до забезпечення екологічної продукції.

#### Методи викладання, контролю та шкала оцінювання студентів

**Методи викладання:** дисципліна передбачає навчання через: інтерактивні технології кооперативного навчання, інтерактивні технології колективно-групового навчання, технології ситуативного моделювання, технології опрацювання дискусійних питань.

**Усне опитування** (фронтальне, індивідуальне, групове, детальний аналіз відповідей студентів).

**Письмова аудиторна та позааудиторна перевірка** - рішення задач і прикладів, підготовка різних відповідей, рефератів, контрольні роботи (з конкретних питань тощо), короткочасні (10- 15хв), та тривалі (90 хв) опитування.

**Практична перевірка** - розробка документації, виконання практичної роботи, аналіз виробничої інформації, рішення професійних завдань.

**Види контролю:** поточний контроль, проміжна та семестрова атестація(екзамен).

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання екзаменів
90-100	Відмінно
74-89	Добре
60-73	Задовільно
0-59	Незадовільно

## Політика оцінювання

<b>Політика щодо дедлайнів та перескладання:</b>	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75% від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності балів). Перескладання модулів відбувається за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
<b>Політика щодо академічної доброчесності:</b>	Списування під час контрольних робіт заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань під час заняття.
<b>Політика щодо відвідування:</b>	Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

## Перелік використаних джерел літератури

### Основна

1. Садченко Є.В., Харічков С.К. Екологічний маркетинг: поняття, теорія, практика та перспективи. - Одеса, Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, 2001. - 146с.
2. Вічевич А.М., Вайданич Т.В. Проблеми формування екологічного попиту/О.М. Вічевич, Т.В. Вайданич // Львів, НУ "Львівська політехніка", 2007. - 212с.
3. Вічевич А.М., Дідович І.І. Вайданич Т.В. Трактуювання та зміст нових термінів дошкільного маркетингу / О.М. Вічевич, Т.В. Вайданич // Львів, УкрДЛТУ, 2004. - 212с.
4. Телетов О.С. Проблеми екологічного маркетингу/О.С. Телетов // К.: Лібідь. - 2008. - 182 с.

### Допоміжна

1. Закон України "Про екологічну експертизу" / Голос України від 16 березня. - 1995. - №49 (1049).
2. Л.Г. Мельник. Екологічна економіка/Мельник Л.Г. // Суми: Університетська Книга. - 2002р. - 329 о.
3. Гончар М.Т. Екологічні проблеми сільськогосподарського виробництва/М.Т.Гончар // Львів: Вид-во ЛДУ. - 1986. - 144 с.
4. Гринів Л.С. Екологічно збалансована економіка: проблеми теорії Львів / Л.С. Гринів // Львів: ЛНУ ім.Франка, 2001. -240 с.
5. Колотило Д.М. Екологія та економіка / Д.М. Колотило// К.: КНЕУ. - 1999. - 287 с.

**Електронні інформаційні ресурси мережі інтернет з переліком сайтів:**

- <https://www.globalecolabelling.net/> - Всесвітня асоціація екомаркування  
<https://www.unep.org/> - природоохоронна програма ООН  
<http://www.oecd.org/> - організація економічної співпраці та розвитку