

<b>Дисципліна</b>	<b>«Соціально-етичний маркетинг»</b>
Кафедра	менеджменту, маркетингу та публічного адміністрування
Освітньо-професійний ступінь	перший (бакалаврський)
Мета	Метою вивчення вибіркової дисципліни «Соціально-етичний маркетинг» є засвоєння теоретико-методичних та прикладних засад функціонування соціально-етичного маркетингу, а також формування у студентів екологічного світогляду. Цілями дисципліни є: надання студентам знань щодо місця та функцій соціально-етичного маркетингу в системі маркетингової діяльності підприємств. Велике значення надається оволодінню практичними навиками застосування інструментів соціально-етичного маркетингу на практиці
Зміст (теми) дисципліни	<p>Тема 1. Соціально-етичний маркетинг як нова філософія підприємництва. Тема 2. Теоретичні основи концепції СЕМ у розрізі елементів комплексу маркетингу</p> <p>Тема 3. Соціальна відповідальність у маркетингу.</p> <p>Тема 4. Концепція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) у маркетингу: сутність та історія становлення.</p> <p>Тема 5. Концепція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) у маркетингу: сучасні моделі КСВ та принципи побудови КСВ-стратегії.</p> <p>Тема 6. Етика маркетингу: суть та основні проблеми.</p> <p>Тема 7. Етика рекламної діяльності.</p> <p>Тема 8. Поняття та роль екологічного маркетингу.</p> <p>Тема 9. Ринок екологічних товарів.</p> <p>Тема 10. Поведінка споживачів екологічно безпечної продукції.</p> <p>Тема 11. Товарна та цінова політика в екологічному маркетингу.</p> <p>Тема 12. Маркетингові комунікації та збут в системі екологічного маркетингу.</p>