

ЕКОЛОГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ

Кафедра маркетингу
Факультет економіки і підприємництва

Анотація:

Мета курсу (інтегральна компетентність) - формування знань теоретико-методичної бази екологічного маркетингу як управлінського інструменту, методології, що ґрунтується на системному підході.

Цілі курсу (програмні компетентності):

- 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.

Програмні результати навчання:

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

Короткий зміст курсу:

Концепція екологічного маркетингу. Особливості застосування екологічного маркетингу вітчизняними підприємствами. Поведінка покупців на ринках екологічно чистих товарів. Екологічно орієнтоване планування маркетингової діяльності. Товар і товарна політика. Ціноутворення на ринках екологічно чистої продукції. Розповсюдження екологічно чистої продукції. Просування екологічно чистої продукції. Маркетингова діяльність у сфері екологічних послуг.