Маркетинг в умовах сталого розвитку

Метою курсу є формувати системне бачення ролі маркетингу в просуванні ідеї сталого розвитку, розвиток навичок створення та реалізації маркетингових стратегій, що базуються на принципах екологічної відповідальності, соціальної справедливості та економічної ефективності. Надати знання про ESG-маркетинг, поведінку споживачів у сфері сталих практик та інструменти просування відповідального бізнесу.



Горюнова Катерина Анатоліївна
PhD з менеджменту, доцент кафедри маркетингу та туризму

Змістовні модулі:
Змістовий модуль 1. Теоретичні засади маркетингу сталого розвитку
Змістовий модуль 2. Стратегічний маркетинг сталого бренду
Змістовий модуль 3. Інструменти просування сталого розвитку

Результати навчання:
-вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта;
-вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації;
-формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку;
-застосовувати методи аналізу маркетингового середовища та приймати ефективні маркетингові рішення; знаходити нові ринкові можливості та розробляти заходи щодо запобігання ринковим загрозам, в тому числі і на міжнародному рівні.

Семестр: 3 Форма контролю: залік
Кількість годин\кредитів: 180\6

Кафедра маркетингу та туризму