CSR і соціально-етичний маркетинг в бізнесі

Метою курсу є формування знань теорії та практики соціальної відповідальності з позиції сучасних стандартів соціальної політики бізнесу та соціально-етичного маркетингу в бізнесі в умовах концепції сталого розвитку.



Рібейро Рамос
Олена Олегівна
к.е.н., доцент
доцент кафедри маркетингу
та туризму МДУ

Змістовні модулі:
Змістовий модуль 1. Концептуальні основи CSR бізнесу
Змістовий модуль 2. Соціально-етичний маркетинг в бізнесі.

Результати навчання:
- вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта;
- вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта;
- відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

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

Кафедра маркетингу та туризму