



АБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ПРОФЕСІЙНА ЕТИКА»



Галузь знань			D Бізнес, адміністрування та право			Освітній рівень		бакалавр	
Спеціальність			D 5 Маркетинг			Семестр		2	
Освітньо-професійна програма			«Маркетинг»			Тип дисципліни		обов'язкова	
Факультет			Економіки і менеджменту			Кафедра		Менеджмент	
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:						Вид контролю
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка		
	6	180	36	-	36	-	108	Залік	

ВИКЛАДАЧІ

Контактна інформація для зв'язку з викладачем: - місцезнаходження робочого місця викладача : ДДМА, II корпус, кафедра «Менеджмент», ауд. 2426;



Фоміченко Інна Петрівна

Кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту ДДМА.
Досвід роботи - 24 роки.
Автор понад 50 наукових та навчально-методичних праць, в тому числі 9 монографій з актуальних проблем економіки та управління.
Провідний лектор з дисциплін: «Маркетинг», «Управління попитом», «Ділове адміністрування та стратегії підприємства».
E - mail робітник:
inna_fomichenko@ukr.net; Никнейм в Skype: [Inna Fomichenko](#).



Белікова Олена Юріївна,

Доктор економічних наук, доцент.
Досвід роботи - більше 22 років.
Автор понад 50 наукових та навчально-методичних праць, в тому числі 4 монографій з актуальних проблем економіки та управління.
Провідний лектор з дисциплін: «Менеджмент», «Операційний менеджмент», «Менеджмент організацій», «Фінансовий менеджмент».
E - mail робітник:
jhgfswwrtuoplmbcd@gmail.com

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	Знання, набуті в результаті отримання повної загальної середньої освіти
Освітні компоненти для яких є базовою	«Маркетинг», «Менеджмент», «Маркетинг персоналу та HR-брендинг», «Організація підприємницької діяльності».

Компетенції відповідно до освітньо-професійної програми

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)

ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК11. Здатність працювати в команді.

ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.

ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетенції

СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос функціональному розрізі.

СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності

Результати навчання відповідно до освітньо-професійної (програмні результати навчання – Р)

Р12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

Р15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

Р16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

Р18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ

Анотація	<p>Дисципліна "Професійна етика в маркетингу" спрямована на формування у студентів етичної свідомості та розуміння моральних принципів, які регулюють діяльність фахівців у сфері маркетингу. У курсі розглядаються ключові поняття професійної етики, стандарти поведінки маркетолога, етичні аспекти реклами, PR, цифрового маркетингу та взаємодії з клієнтами.</p> <p>Курс сприяє вихованню професійної доброчесності, критичного мислення та усвідомлення соціальної відповідальності маркетолога перед споживачами, партнерами, суспільством і бізнес-середовищем.</p> <p>Навчальна дисципліна «Професійна етика» є однією із складових комплексної підготовки фахівців галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» для освітньої програми «Маркетинг».</p>
Мета	<p>Формування у студентів глибокого розуміння етичних норм і принципів, що регулюють професійну діяльність у сфері маркетингу, а також розвиток здатності приймати відповідальні та морально обґрунтовані рішення в процесі маркетингової практики.</p>
Формат	<p>Лекції (очний, дистанційний формат), практичні заняття (очний, дистанційний формат), консультації (очний, дистанційний формат), підсумковий контроль –залік (очний, дистанційний формат).</p>
«Правила гри»	<ul style="list-style-type: none"> • Курс передбачає роботу в колективі. • Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики. <p>Політика щодо дедлайнів та перескладання</p> <ul style="list-style-type: none"> • Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу. • Самостійна робота включає в себе теоретичне вивчення питань, що стосуються тем лекційних занять, які не ввійшли в теоретичний курс, або ж були розглянуті коротко, їх поглиблена проробка за рекомендованою літературою. • Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. • Якщо студент відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача. • Студент, який спізнився, вважається таким, що пропустив заняття з неповажної причини з виставленням 0 балів за заняття, і при цьому має право бути присутнім на занятті. • За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни студент видаляється з заняття, за заняття отримує 0 балів. <p>Політика академічної доброчесності</p> <ul style="list-style-type: none"> • Під час роботи над завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності: при використанні Інтернет ресурсів та інших джерел інформації студент повинен вказати джерело, використане в ході виконання завдання. У разі виявлення факту плагіату студент отримує за завдання 0 балів.

СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

Лекція 1	Тема 1. Професійна етика: виникнення та призначення в суспільстві	Практичне заняття 1	<i>Заняття 1</i> (семінар). Професійна етика: виникнення та призначення в суспільстві (діалог пояснення, методики на виявлення професійної етики)	Самостійна робота	<ol style="list-style-type: none"> 1. Що таке професійна етика і яку роль вона відіграє в маркетинговій діяльності? 2. Які основні етичні принципи повинен дотримуватись маркетолог у своїй професійній діяльності? 3. Як впливають етичні норми на формування довіри споживачів до бренду? 4. Чим відрізняється етична реклама від маніпулятивної? Наведіть приклади. 5. У чому полягає проблема дезінформації в рекламі, і як вона регулюється законодавчо та етично? 6. Як етика проявляється у відносинах між компанією та її клієнтами? 7. Що таке етичний конфлікт у маркетингу та як його можна вирішити? 8. Як захист прав споживачів пов'язаний із професійною етикою маркетолога? 9. Які особливості етичної поведінки в сфері цифрового маркетингу? 10. Як етично використовувати персональні дані в інтернет-маркетингу? 11. Яку роль відіграє корпоративна соціальна відповідальність у сучасному маркетингу? 12. У чому полягає етична відповідальність маркетолога перед суспільством? 13. Які міжнародні етичні кодекси регламентують діяльність маркетологів? 14. Як застосовуються етичні принципи у формуванні бренду та його позиціонуванні? 15. У чому полягає ризик порушення етики при таргетованій рекламі? 16. Проаналізуйте приклад відомої етичної кризи у маркетингу (будь-який кейс). 17. Як етичні принципи впливають на рішення у сфері ціноутворення? 18. Чи може маркетинг бути повністю етичним? Аргументуйте свою думку. 19. Які наслідки для компанії може мати порушення етичних норм у маркетинговій діяльності? 20. Розробіть власний етичний кодекс маркетолога (5–7 пунктів) і обґрунтуйте його положення.
Лекція 2	Тема 2. Поняття та суть професійної етики у маркетингу	Практичне заняття 2	<i>Заняття 2</i> (семінар). Особливості професійної етики в різних сферах <i>Заняття 3</i> (практичне заняття) Значення етичних норм у професійній діяльності		
Лекція 3	Тема 3. Етичні принципи в маркетинговій діяльності	Практичне заняття 3	<i>Заняття 4</i> (семінар) Принципи чесності, відповідальності, поваги, справедливості <i>Заняття 5</i> (ділова гра). «Конфлікт інтересів і способи його подолання»		
Лекція 4	Тема 4. Етика в системі маркетингових комунікацій	Практичне заняття 4	<i>Заняття 6</i> (семінар). Етичні аспекти реклами, PR, просування. Маніпуляція, дезінформація та пропаганда: етична оцінка <i>Заняття 7</i> (контрольна робота). Теми 1 - 4.		
Лекція 5	Тема 5. Етика у відносинах із клієнтами і споживачами	Практичне заняття 5	<i>Заняття 8</i> (семінар). Захист прав споживачів <i>Заняття 9</i> (колоквіум). Теми 1-5.		
Лекція 6	Тема 6. Етика в цифровому маркетингу	Практичне заняття 6	<i>Заняття 10</i> (семінар). Використання персональних даних <i>Заняття 11</i> (практичне заняття). Етичні виклики в інтернет-рекламі та SMM)		
Лекція 7	Тема 7. Корпоративна соціальна відповідальність	Практичне заняття 7	<i>Заняття 12</i> (семінар). Взаємозв'язок КСВ та етики <i>Заняття 13</i> (практичне заняття). Соціально орієнтований маркетинг		
Лекція 8	Тема 8. Міжнародні етичні стандарти в маркетингу	Практичне заняття 8	<i>Заняття 14</i> (семінар). Етичні кодекси професійних організацій (наприклад, ICC, AMA) <i>Заняття 15</i> . (практичне заняття). Особливості етичної поведінки на глобальному ринку <i>Заняття 16</i> (ділова гра). Моделі етичного прийняття рішень. Мозковий штурм.		
Лекція 9	Тема 9. Професійна етика маркетолога: норми, стандарти, відповідальність	Практичне заняття 9	<i>Заняття 17</i> (ділова гра). Етичні кодекси маркетолога. Спрямованість розвитку лідерських якостей <i>Заняття 18</i> (контрольна робота). За темами 5 - 9		
Лекція 10	Тема 10. Ведення ділових переговорів. Типові етичні дилеми в маркетингу та шляхи їх вирішення	Практичне заняття 10			

МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Комп'ютери с програмним забезпеченням для виконання практичних робіт: HohlBuilder, GoogleCharts, Vizualize-онлайн сервіси для створення інфографіки; Microsoft PowerPoint – візуалізація даних; Microsoft Power BI – аналітика та візуалізація даних.

Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран;

Система дистанційного навчання і контролю Moodle – <http://moodle.dgma.donetsk.ua/enrol/index.php?id=1666>

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Основна література	<p>1. Бралатан В. П., Гуцаленко Л. В., Здирко Н. Г. Професійна етика. Навч. посіб.- К.: Центр учбової літератури, 2018. - 252 с.</p> <p>2. Радевич-Винницький Я. Етикет і культура спілкування : навч. посібник / Радевич-Винницький Я. – К. : Знання, 2016. – 291 с.</p> <p>3. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин : навч. посібник / Палеха Ю. І. – К. : Кондор, 2017. – 356 с.</p> <p>4. Етика ділових відносин. Посібник. posibnyky.vntu.edu.ua/et_/31.htm</p> <p>5. Данько Т. Г., Измайлов Д. В. Етика маркетингу: навчальний посібник. — <i>Харків: ХНЕУ, 2018.</i></p> <p>6. Чмут Т. К. Етика ділового спілкування : навч. посібник : 3-є вид., перероб. і доп. / Т. К. Чмут, Г. Л. Чайка. – К. : Вікар, 2019.– 223 с.</p> <p>7. Галушко В. П. Діловий протокол та ведення переговорів / Га-лушко В. П. – Вінниця : НОВА КНИГА, 2020. – 223 с.</p>	Додаткові джерела	<p>1. Афанасьєв І. Діловий етикет : 2-е вид., перероб. і доп / Афа-насьєв І. – К. : “Альтерпес”, 2017. – 352 с. – рос. мовою.</p> <p>2 Цюрупа М. В. Основи конфліктології та теорії переговорів : навч. посібник / Цюрупа М. В. – К. : Кондор, 2017. – 172 с.</p> <p>3 Загнітко А. П. Українське ділове мовлення : професійне і непрофесійне спілкування / А. П. Загнітко, І. Г. Данилюк. – Донецьк : ТОВ ВКФ “БАО”, 2017. – 480 с.</p> <p>4 Корпоративна культура: діловий етикет - Тимошенко Н.Л.</p> <p>5 Оболенський О. Ю. О 21 Державна служба: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2018. — 344 с.</p> <p>6 Етика: Навч. посібник / В. О. Панов, О. А. Стасєвська, М. Б. Ценко та ін.; Ред. В.О. Лозовий; М-во освіти і науки України. - К.: Юрінком Інтер, 2019. - 382 с.</p> <p>7. Чупринина Л. В. Етика в рекламі та PR: навчальний посібник. — <i>Київ: Центр учбової літератури, 2021</i></p>
			<p>Інформаційні ресурси</p> <p>1. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського [Електронний ре-сурс]. – Режим досту-пу: http://www.nbuv.gov.ua</p>

СИСТЕМА ОЦІНКИ

Склад модулів		Сума балів	ECST	Оцінка	Рівень компетентності
Форми та методи контролю	Рейтингова оцінка, бали	90 - 100	A	відмінно	Високий Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в робочій програмі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.
Усне опитування на семінарських заняттях або тестування за темами	8*2=16	81 - 89	B	добре	Достатній Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни
Виконання індивідуального завдання (реферат)	20	75 - 80	C		Достатній Конкретний рівень, за вивченням матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.
Ділова гра, практичне заняття (участь)	7*2=14	65 - 74	D	задовільно	Середній Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни
		55 - 64	E		Середній Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни
Модульна контрольна робота № 1,2	15*2	30 - 54	FX		низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни
Колоквіум	20			незадовільно	Незадовільний Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни
Підсумкова атестація	100	0 - 29	F		

ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ З ДИСЦИПЛІНИ ДЛЯ ДЕННОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ

Вид навчальних занять та контролю	Розподіл між навчальними тижнями																		Вид підсумкового семестрового контролю
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
Лекції	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
Практ. заняття	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
Сам. робота	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	
Консультації				Конс.						Конс.						Конс.			
Поточний контроль	ВК УО	УО	ПЗ	УО	УО	ДГ	УО		УО		УО	ПЗ	УО	ПЗ	УО	ПЗ	ДГ	УО	
Модулі	●				М1				●	●					М2			●	
Контроль по модулю №1								КР1		К									
Контроль по модулю №2																		КР2	
Контроль самостійної роботи		ЗСР		ЗСР	ЗСР		ЗСР		ЗСР		ЗСР		ЗСР		ЗСР				

ЗАЛІК

ВК – вхідний контроль; УО – поточне усне опитування; ДГ – ділова гра; КР – письмова контрольна робота; ЗСР – захист самостійної роботи (реферат); Конс. – консультація; К – колоквиум.

Опитування з приводу оцінювання якості викладання дисципліни «Професійна етика»

<http://moodle.dgma.donetsk.ua/enrol/index.php?id=1666>

Силабус за змістом повністю відповідає робочій програмі навчальної дисципліни

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри Менеджмент

Протокол № 1 від 28.08.2025

Завідувач кафедри:

_____/Фоміченко І.П./

Розробник:

_____/Белікова О.Ю./

Гарант освітньої програми:

_____/Бурцева О.Є./

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Декан факультету:

_____/Мироненко Є.В./

«30» серпня 2025 р.

