



АБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ПРОФЕСІЙНА ЕТИКА»



Галузь знань			07 «Управління і адміністрування»		Освітній рівень		бакалавр	
Спеціальність			075 «Маркетинг»		Семестр		2	
Освітньо-професійна програма			«Маркетинг»		Тип дисципліни		обов'язкова	
Факультет			Економіки і менеджменту		Кафедра		Менеджмент	
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:					
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка	Вид контролю
	6	180	36	-	36	-	108	Залік

ВИКЛАДАЧІ

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



Фоміченко Інна Петрівна

Кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту ДДМА.
Досвід роботи - 24 років.
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».
Е - mail робітник:
inna_fomichenko@ukr.net; Никнейм в Skype: Inna Fomichenko.



Бєлікова 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».
Е - 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)	Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетенції
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.	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	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. Курс сприяє вихованню професійної доброчесності, критичного мислення та усвідомлення соціальної відповідальності маркетолога перед споживачами, партнерами, суспільством і бізнес-середовищем. Навчальна дисципліна «Професійна етика» є однією із складових комплексної підготовки фахівців галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» для освітньої програми «Маркетинг»..
Мета	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.
Формат	Лекції (очний, дистанційний формат), практичні заняття (очний, дистанційний формат), консультації (очний, дистанційний формат), підсумковий контроль –залік (очний, дистанційний формат).
«Правила гри»	• Курс передбачає роботу в колективі. • Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики. Політика щодо дедлайнів та перескладання • 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. Політика академічної доброчесності • 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	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	1. Бралатан В. П., Гуцаленко Л. В., Здирко Н. Г. Професійна етика. Навч. посіб.- К.: Центр учбової літератури, 2018. - 252 с. 2. Радевич-Винницький Я. Етикет і культура спілкування : навч. посібник / Радевич-Винницький Я. – К. : Знання, 2016. – 291 с. 3. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин : навч. посібник / Палеха Ю. І. – К. : Кондор, 2017. – 356 с. 4. Етика ділових відносин. Посібник. posibnyky.vntu.edu.ua/et_/31.htm 5. Данько Т. Г., Измайлов Д. В. Етика маркетингу: навчальний посібник. — <i>Харків: ХНЕУ, 2018.</i> 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. 7. Галушко В. П. Діловий протокол та ведення переговорів / Га-лушко В. П. – Вінниця : НОВА КНИГА, 2020. – 223 с.	Додаткові джерела	1. Афанасьєв І. Діловий етикет : 2-е вид., перероб. і доп. / Афа-насьєв І. – К. : “Альтерп-рес”, 2017. – 352 с. – рос. мовою. 2 Цюрупа М. В. Основи конфліктології та теорії переговорів : навч. посібник / Цюрупа М. В. – К. : Кондор, 2017. – 172 с. 3 Загнітко А. П. Українське ділове мовлення : професійне і непрофесійне спілкування / А. П. Загнітко, І. Г. Данилюк. – Донецьк : ТОВ ВКФ “БАО”, 2017. – 480 с. 4 Корпоративна культура: діловий етикет - Тимошенко Н.Л. 5 Оболенський О. Ю. О 21 Державна служба: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2018. — 344 с. 6 Етика: Навч. посібник / В. О. Панов, О. А. Стасевська, М. Б. Ценко та ін.; Ред. В.О. Лозовий; М-во освіти і науки України. - К.: Юрінком Інтер, 2019. - 382 с. 7. Чупринина Л. В. Етика в рекламі та PR: навчальний посібник. — <i>Київ: Центр учбової літератури, 2021</i>
Інформаційні ресурси 1. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського [Електронний ре-сурс]. – Режим досту-пу: http://www.nbuv.gov.ua			

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
Модульна контрольна робота № 1,2	15*2	55 - 64	E		Середній Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни
Колоквіум	20	30 - 54	FX	незадовільно	Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни
Підсумкова атестація	100	0 - 29	F		Незадовільний Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни

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	ЗАЛІК
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				

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

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 30.08.2024

Завідувач кафедри:

_____/Фоміченко І.П./

Розробник:

_____/Белікова О.Ю./

_____/Фоміченко І.П./

Гарант освітньої програми:

_____/Бурцева О.Є./

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Декан факультету:

_____/Мироненко Є.В./

«30» серпня 2024 р.

