



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГОВИЙ КОМПЛАЄНС»

Компонента освітньої програми – вибіркова (4 кредити)

Освітньо-професійна програма	Маркетинг
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Мова навчання	українська
Профайл викладача	Романюк Надія Василівна, кандидат економічних наук, асистент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку http://mmix.cv.ua/staff/romanyuk-nadiya-vasylivna
Контактний тел.	+38 0372509465
E-mail:	n.romanyuk@chnu.edu.ua
Сторінка курсу в Moodle	
Консультації	вівторок з 13.00 до 16.00

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Маркетинговий комплаєнс» вибіркова дисципліна, яка дозволяє зрозуміти значення комплаєнсу як інструменту мінімізації правових і репутаційних ризиків, а також забезпечення прозорості та відповідальності в маркетингових стратегіях. У межах курсу розглядаються такі питання, як нормативно-правове регулювання маркетингової діяльності, відповідальність за недобросовісну рекламу, обробка персональних даних споживачів, дотримання міжнародних стандартів (зокрема GDPR), етичні аспекти просування продукції та взаємодії з цільовою аудиторією.

Особлива увага приділяється практичному впровадженню комплаєнс-політик у маркетингових підрозділах компаній, аналізу ризиків та розробці заходів з їх попередження. Курс базується на вивченні реальних кейсів, що дозволяє студентам ефективно застосовувати отримані знання в професійній діяльності.

Кількість студентів, які можуть бути зараховані для вивчення дисципліни від 15 до 30 осіб.

Метою навчальної дисципліни полягає в тому, щоб сформувати у студентів системне уявлення про дотримання норм, стандартів, етичних та правових вимог у сфері маркетингової діяльності, а також навчити ефективно впроваджувати політику комплаєнсу в маркетингових стратегіях компаній.

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

Тема 1. Вступ до маркетингового комплаєнсу
Тема 2. Законодавство про рекламу та захист прав споживачів
Тема 3. Етичний маркетинг та соціальна відповідальність
Тема 4. Комплаєнс у цифровому маркетингу та соціальних мережах
Тема 5. Захист персональних даних та конфіденційність
Тема 6. Антимонопольне законодавство та недобросовісна конкуренція
Тема 7. Завершальний проєкт: маркетингова стратегія, що відповідає комплаєнсу
Тема 8. Маркетинг у регульованих секторах: особливості комплаєнсу
Тема 9. Міжнародні стандарти та найкращі практики у сфері маркетинг комплаєнсу

ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ, ФОРМИ ТА МЕТОДИ НАВЧАННЯ

- МН1 – словесні методи (лекція, дискусія, бесіда, консультація тощо).
МН2 – бізнес-кейси (індивідуальні або командні).
МН3 – ділові гри;
МН4 – проєктні завдання (індивідуальні та командні проєкти);
МН5 – методи візуалізації результатів (презентації результатів виконаних завдань, ілюстрації, відеоматеріали, інфографіка тощо).
МН6 – робота з інформаційними ресурсами: з навчально-методичною, науковою, нормативною літературою та інтернет-ресурсами.
МН7 – самостійна робота над індивідуальним завданням.
МН8 – підготовка тез/доповіді на конференцію.
МН9 – тренінги, коучі, майстер-класи від запрошених стейкхолдерів.
МН10 – реферативні та пошукові дослідження.

ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Поточний контроль. Формами поточного контролю є:

- МО1 – презентація самостійних робіт за індивідуальними завданнями.
МО2 – захист бізнес-кейсів, результатів досліджень.
МО3 – аналітичні звіти, реферати.
МО4 – презентації результатів виконання завдань.
МО5 – презентація творчих завдань.
МО7 – командні результати проєктних завдань.
МО8 – презентація власного підготовленого кейсу, які складені на основі стратегій розвитку інноваційних компаній / регіонів, маркетингу інновацій.

Здобувачі виконують індивідуальне навчально-дослідницьке завдання, яке виконується в процесі вивчення програмного матеріалу навчального курсу. ІНДЗ виконується за власною ініціативою, бажанням здобувача освіти, крім обов'язкових видів контролю. Здобувачі освіти самостійно обирають тему ІНДЗ з тематичного переліку. Виконання ІНДЗ дає можливість отримати додаткові бали з метою поліпшення результатів поточного контролю або отримання оцінки за підсумковим контролем автоматично.

Підсумковий контроль – залік у тестовій формі

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання програмних результатів навчання здобувачів освіти здійснюється за шкалою європейської кредитно-трансферної системи (ECTS).

ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні навчальної дисципліни регламентовано такими документами:

- «Етичний кодекс Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича». URL: <https://www.chnu.edu.ua/media/jxdfs0zb/etychnyi-kodeks-chernivets-koho-natsionalnoho-universytetu.pdf> ;
- «Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університету імені Юрія Федьковича». URL: <https://www.chnu.edu.ua/media/n5nbzwgb/polozhennia-chnu-pro-plahi-at-2023-plusdodatky-31102023.pdf>

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Академічні ресурси: Репозиторій академічних статей, таких як Google Scholar або ResearchGate, для пошуку актуальних наукових досліджень та публікацій з маркетингової товарної політики.
2. Актуальна економічна статистика й аналітика економіки України. URL : <http://www.zet.in.ua>
3. Закон України «Про захист економічної конкуренції». Офіційний веб-портал «Верховна Рада України». Сайт «Законодавство України». URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws>
4. Закон України «Про стандартизацію» від 17.05.2001 № 2408-III. Офіційний веб-портал «Верховна Рада України». Сайт «Законодавство України». URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2408-14>
5. Кулицький С. Сучасний стан української економіки та оцінки перспектив її розвитку у 2017 році. URL:: http://nbuvip.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=2595:shcho-che-kae-na-ukrajinsku-ekonomiku-u-2017-rotsi&catid=8&Itemid=350
6. Матеріали Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. URL: <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=9d84e0b9-b901-475e-9b94-7e590ffa71ed&tag=Informatsiino-analitichniMateriali4>
7. Овсієнко О.В. Комплаєнс у бізнес-адмініструванні та його роль у створенні ефективних норм господарської поведінки. Економічний простір. 2018. № 134. С. 173-185. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2018_134_16
8. Офіційний сайт GfK Ukraine. URL: <http://www.gfk.com/uk-ua/rishennja/press-release/ci-dec-2016/>
9. Офіційний сайт компанії GT Partners Ukraine. URL: <http://gtpartners.com.ua/service/marketing-research>
10. Постанова Кабінету міністрів України від 12.12.94 р. №821 «Про Асоціацію Товарної Нумерації України ЄАН-Україна». Офіційний веб-портал «Верховна Рада України». Сайт «Законодавство України». URL <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/821-94-%D0%BF>
11. Українська асоціація якості. Офіційний сайт URL: <http://uaq.org.ua/www.inta.org/> -
12. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
13. Griffith Sean J. Corporate Governance in an Era of Compliance. William & Mary Law Review. – 2016. Vol. 57. № 6. Fordham Law Legal Studies Research Paper. № 2766661. URL: <https://ssrn.com/abstract=2766661>.