

## Силабус курсу Екологічний бізнес

Освітній ступінь – бакалавр  
Галузь знань: 10 Природничі науки  
Спеціальність: 101 Екологія  
Освітньо-професійна програма  
«Екологія»  
Кількість кредитів – 4

Рік підготовки, семестр – 4 рік, VII семестр

Компонент освітньої програми: вибірковий

Дні занять: четвер, 12.45-15.40, ауд. 158  
Консультації: середа, 14.20-15.40, ауд. 154

Мова викладання: українська



### Керівник курсу

канд. біол.наук., доц. Лісова Наталія Олегівна

Контактна інформація [lis\\_nat@tnpu.edu.ua](mailto:lis_nat@tnpu.edu.ua); 0352-43-61-54

### Опис дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни “Екологічний бізнес” є формування знань про різноманіття та необхідність ведення екологічного бізнесу, особливості його запровадження в Україні, вміння використовувати набуті знання на практиці, та набуття навичок створення екологічної реклами. Основними завданнями вивчення дисципліни “Екологічний бізнес” є усвідомлення всього комплексу екологічних проблем світу та необхідність впровадження екологічного бізнесу, освоєння основи ведення екологічного бізнесу та його специфіку в Україні.

### Навчальний контент

№ п/п	Теми	Результати навчання
	<i>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I. Екологічний бізнес як глобальний процес</i>	
1	<i>Тема 1. Загальне поняття про екологічний бізнес.</i>	<i>Розуміти суть екологічного бізнесу, причини його впровадження. Позитивний вплив екологічного бізнесу на екологічний стан держави. Можливості розвитку екологічного бізнесу.</i>
2	<i>Тема 2. Екологізація попиту та виробництва</i>	<i>Розуміти що таке екологізація. Екологізація попиту. Екологізація виробництва. Знати типи екологічних потреб. Стадії екологізації виробництва.</i>
	<i>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II. Екологічний маркетинг</i>	

3	<i>Тема 3. Поняття про екологічний маркетинг</i>	<i>Вміти трактувати визначення поняття екологічного маркетингу. Розрізняти напрями екологічного маркетингу. Основні засоби впливу на екологічний ринок. Екологічно нейтральні та екологічно спрямовані товари. Основні групи споживачів екологічних товарів.</i>
4	<i>Тема 4. Формування попиту і стимулювання збуту екологічно чистої продукції</i>	<i>Розуміти механізм формування попиту на екологічно чисту продукцію. Стратегії приваблення та прощтовхування. Вміти трактувати визначення реклама. Розрізняти типи розповсюдження реклами. Стимулювання збуту екологічно чистої продукції. Пропозиція ціни. Пропозиція у натуральній формі. Активна пропозиція. Зв'язки з громадськістю (PR).</i>
	<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ III. Механізми управління якістю навколишнього середовища</b>	
5	<i>Тема 5. Екологічне страхування</i>	<i>Розуміти умови екологічного страхування. Світовий досвід екологічного страхування. Поняття «забруднення» в екологічному страхуванні, класифікація збитків. Можливості проведення екологічного страхування в Україні.</i>
6	<i>Тема 6. Онови екологічного менеджменту</i>	<i>Розрізняти екологічне управління та екологічний менеджмент. Розуміти предмет екологічного менеджменту. Системи екологічного менеджменту – Environmental Management Systems. Сутність екологічного менеджменту.</i>
7	<i>Тема 7. Екологічне ліцензування та сертифікація</i>	<i>Розуміти мету та принципи екологічного ліцензування. Ліцензування певних видів господарської діяльності. Токсичні відходи та їх ліцензування. Контролюючі органи за виконанням ліцензійних умов. Поняття екологічної сертифікації та її завдання.</i>
8	<i>Тема 8. Екологічна політика</i>	<i>Розрізняти види і принципи екологічної політики. Розуміти теорію зовнішніх ефектів. Мету та завдання екологічної політики. Вимоги до екологічної політики.</i>
9	<i>Тема 9. Програмно-цільові методи регулювання екологічного бізнесу</i>	<i>Розуміти мету та завдання впровадження екологічних цільових програм. Розробку</i>

		<i>та виконання екологічних цільових програм. Оцінку ефективності впровадження ЕЦП</i>
--	--	--

### Формування програмних компетентностей

Індекс в матриці ОП	Програмні компетентності
<b>ЗК 01.</b>	Знання і розуміння предметної області та професійної діяльності.
<b>ЗК 02.</b>	Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
<b>ЗК 03.</b>	Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
<b>ЗК 04.</b>	Здатність спілкуватися державною мовою як усно так і письмово.
<b>ЗК 06.</b>	Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (експертами з інших галузей знань чи видів економічної діяльності).
<b>ЗК 09.</b>	Здатність працювати в команді.
<b>ЗК 10.</b>	Навички міжособистісної взаємодії.
<b>ЗК 11.</b>	Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.
<b>ФК 14.</b>	Знання та розуміння теоретичних основ екології, охорони довкілля та збалансованого природокористування.
<b>ФК 24.</b>	Здатність інформувати громадськість про стан екологічної безпеки та збалансованого природокористування.
<b>ФК 25.</b>	Здатність до опанування міжнародного і вітчизняного досвіду вирішення регіональних та транскордонних екологічних проблем.
<b>ПРН 11.</b>	Уміти прогнозувати вплив технологічних процесів та виробництв на навколишнє середовище.
<b>ПРН 13.</b>	Уміти формувати ефективні комунікаційні стратегії з метою донесення ідей, проблем, рішень та власного досвіду в сфері екології.
<b>ПРН 14.</b>	Уміти доносити результати діяльності до професійної аудиторії та широкого загалу, робити презентації та повідомлення.
<b>ПРН 18.</b>	Поєднувати навички самостійної та командної роботи задля отримання результату з акцентом на професійну сумлінність та відповідальність за прийняття рішень.
<b>ПРН 24.</b>	Розуміти і реалізовувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності вільного

### Літературні джерела

1. Армстронг Г., Котлер Ф. Маркетинг. Загальний курс, 5-те видання: Пер. з англ.: Уч. пос. К.: Видавничий дім "Вільямс", 2001. 608 с.
2. Беляков О. Екологічна реклама та екомаркування як складові сталого розвитку *Вісник Львівського університету*, Серія: Географія, Вип. 32, 2006. С. 190-196
3. Вічевич А.М. Екологічний маркетинг. Львів : Зірка. 2013. – 156с.
4. Екологічний менеджмент і аудит / За ред. С.М. Літвак . К.: ВД «Професіонал», 2005. 112с.
5. Екологічний менеджмент / За ред. В.Ф. Семенова, О.Л. Михайлюка. К.: Знання, 2006. – 366с.
6. Зіновчук Н. В. Екологічний маркетинг : навчальний посібник . Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. 190 с.
7. Лісова Н.О. Екологічний бізнес. Навчально-методичний посібник . Тернопіль: Вектор. – 2017. – 72с.
8. Лісова Н.О. Проблеми екологічного бізнесу. Прикладна екологія. Навчальний посібник частина II. Техноекологічні та соціоекологічні виміри / за ред Царика Л.П.. Тернопіль: Вектор. 2017. С. 150-176.
9. Овечкіна О.А., Солоха Д.В., Іванова К.В. Планування маркетингу . К.: Центр учбової літератури, 2013. — 352 с.

[http://www.career.ua/news/nid\\_4398/](http://www.career.ua/news/nid_4398/)

<http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/22760>

<http://ukraine20.com/?tag=ekologichni-proekti>

<http://www.eco-live.com.ua/content/blogs/torg-vlya-tor-shn-m-listyam-abo-ekolog-chnii-b-znes>

<http://ecolife.kiev.ua/>

<http://search.ligazakon.ua/search/business>

<http://b-ideas.com.ua/index.php?newsid=723>

[http://slon.ru/story/biznes\\_na\\_ekologii/](http://slon.ru/story/biznes_na_ekologii/)

<http://www.econom.univ.kiev.ua/>

### Політика оцінювання

- **Політика щодо дедлайнів та перескладання:** Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75% від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- **Політика щодо академічної доброчесності:** Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття.
- **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

## **Оцінювання**

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

<b>Види оцінювання</b>	<b>% від остаточної оцінки</b>
Модуль 1 (теми 1-2) усне опитування, тести, завдання	21
Модуль 2 (теми 3-4) усне опитування, тести, завдання	28
Модуль 3 (теми 5-9) усне опитування, тести, завдання	28
Проект «Екологічна реклама»	23

**До Силабусу також готуються матеріали навчально-методичного комплексу:**

- 1) Навчальний контент (розширений план лекцій)
- 2) Тематика та зміст практичних робіт
- 3) Електронне навчання в системі MODLE