

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 29.04.2026 13:44:00
Уникальный программный ключ:
ca953a01204891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

Экономический факультет

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ В ЗЕЛеной ЭКОНОМИКЕ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

МАРКЕТИНГ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2026 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Маркетинг в зеленой экономике» входит в программу бакалавриата «Маркетинг» по направлению 38.03.02 «Менеджмент» и изучается в 8 семестре 4 курса. Дисциплину реализует Кафедра маркетинга. Дисциплина состоит из 4 разделов и 10 тем и направлена на изучение стратегии и тактики маркетинга в зеленой экономике

Целью освоения дисциплины является Познакомить с принципами и концепцией маркетинга в зеленой экономике и сформировать умения и навыки по разработке маркетинговой стратегии и тактики в условиях зеленой экономики.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Маркетинг в зеленой экономике» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-12	Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных	УК-12.1 Осуществлять поиск нужных источников информации и данных, воспринимает, анализирует, запоминает и передает информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; УК-12.2 Проводит оценку информации, ее достоверность, строит логические умозаключения на основании поступающих информации и данных;
УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	УК-8.1 Анализирует факторы вредного влияния на жизнедеятельность элементов среды обитания (технических средств, технологических процессов, материалов, зданий и сооружений, природных и социальных явлений); УК-8.2 Выявляет и устраняет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; УК-8.3 Разъясняет правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения, а также при возникновении военных конфликтов;
ПК-4	Способность к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-4.1 Применяет современные подходы при разработке концепции продукта и формировании стратегии и методики ценообразования, в том числе и на международных рынках; ПК-4.2 Использует современные подходы при разработке сбытовой политики компании и политики продвижения, а также интегрирует различные инструменты продвижения в комплексе маркетинговых коммуникаций, в том числе и на международных рынках,; ПК-4.3 Формирует, используют и создает современные техники и методы продаж, эффективную систему

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
		товародвижения и каналов сбыта, а также применяет современные подходы при оценке динамики продаж и их прогнозировании;
ПК-5	Способность управлять маркетинговой деятельностью организации	ПК-5.1 Владеет современными методиками управления маркетингом и умеет их применять в бизнес-процессе; ПК-5.2 Определяет наиболее оптимальный вариант при сравнении нескольких вариантов решения при разработке программы маркетинговой деятельности компании; ПК-5.3 Формирует имидж компании и ее продуктов в процессе осуществления деятельности на рынке;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Маркетинг в зеленой экономике» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Маркетинг в зеленой экономике».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	Основы военной подготовки. Безопасность жизнедеятельности;	
УК-12	Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полуживыми данными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить	Производственно-управленческая практика; <i>Цифровые технологии в управлении**;</i> <i>Психология личности и профессиональное самоопределение**;</i> <i>Основы международных стандартов учета и аудита**;</i> <i>Основы предпринимательства**;</i> <i>Продвинутый Excel**;</i> <i>Тренинг: работа с международной статистикой**;</i> <i>Бизнес-климат и регулирование иностранных инвестиций в РФ**;</i> <i>Страховой бизнес**;</i>	

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	логические умозаключения на основании поступающих информации и данных	<p><i>Умный город: практика внедрения цифровых технологий**;</i></p> <p><i>Основы трейдинга на фондовом рынке**;</i></p> <p><i>Визуализация данных с использованием инструментов искусственного интеллекта**;</i></p> <p><i>Методика написания курсовой работы;</i></p> <p><i>Контент-маркетинг**;</i></p> <p><i>Продвижение в социальных сетях**;</i></p> <p><i>Брендинг регионов**;</i></p> <p><i>Территориальный маркетинг**;</i></p> <p><i>Цифровая грамотность;</i></p> <p><i>Python и SQL в экономике и управлении;</i></p> <p><i>Навыки и технологии публичных презентаций**;</i></p> <p><i>Введение в цифровизацию учета бизнес-процессов**;</i></p> <p><i>Теория и практика международного бизнеса**;</i></p> <p><i>Тайм-менеджмент**;</i></p> <p><i>Математическая логика и теория алгоритмов**;</i></p> <p><i>Визуализация пространственных данных в экономике**;</i></p> <p><i>Комплаенс документации**;</i></p> <p><i>Управление талантами**;</i></p> <p><i>Основы налоговых правоотношений в учете**;</i></p> <p><i>Самокоучинг**;</i></p> <p><i>Корпоративное мошенничество: как обезопасить бизнес**;</i></p> <p><i>Дизайн-мышление**;</i></p> <p><i>Маркетинг впечатлений**;</i></p> <p><i>Нейромаркетинг**;</i></p> <p><i>Основы создания личного бренда**;</i></p> <p><i>Малое предпринимательство в рыночной экономике**;</i></p> <p><i>Прикладная финансовая математика**;</i></p> <p><i>Бизнес в Интернет**;</i></p> <p><i>Методы оптимальных решений**;</i></p> <p><i>Основы бизнес-аналитики**;</i></p> <p><i>Phygital-технологии в экономике**;</i></p> <p><i>Креативная экономика в городах и регионах**;</i></p> <p><i>Имидж территорий**;</i></p> <p><i>Девелопмент: городские и региональные инвестиционные проекты**;</i></p> <p><i>Современные финансовые технологии**;</i></p> <p><i>Основы финансового</i></p>	

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		<p><i>прогнозирования**;</i> <i>Цифровой банкинг**;</i> <i>Основы технологии продвижения в экономике и управлении**;</i> <i>Технологический суверенитет в многополярном мире**;</i> <i>Креативность и инновации в бизнесе**;</i> <i>Основы экономической безопасности**;</i> <i>Безопасность в цифровой среде**;</i> <i>Международные экономические организации**;</i> <i>"Мягкая сила" в мировой экономике**;</i> <i>Мировые финансовые центры**;</i> <i>История финансовых потрясений в мировой экономике**;</i> <i>Управление корпоративными брендами**;</i> <i>Позиционирование корпоративного бренда**;</i> <i>Экономика и финансы устойчивого развития**;</i></p>	
ПК-4	Способность к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	<p>Производственно-управленческая практика; <i>Ценообразование в маркетинге**;</i> <i>Политика бюджетирования в маркетинге**;</i> <i>Современные маркетинговые технологии на маркетплейсах**;</i> <i>Маркетинг продаж в электронной коммерции**;</i> <i>Контент-маркетинг**;</i> <i>Продвижение в социальных сетях**;</i> <i>ATL коммуникации**;</i> <i>BTL коммуникации**;</i> <i>Корпоративные связи с общественностью**;</i> <i>Событийный маркетинг**;</i> <i>Брендинг регионов**;</i> <i>Территориальный маркетинг**;</i> <i>Управление корпоративными брендами**;</i> <i>Позиционирование корпоративного бренда**;</i> Маркетинговые коммуникации; Брендинг; B2B маркетинг; Маркетинг продаж; Маркетинг взаимоотношений и партнерства; Управление продуктом; Интернет-Маркетинг;</p>	

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
ПК-5	Способность управлять маркетинговой деятельностью организации	<p><i>ATL коммуникации**;</i> <i>BTL коммуникации**;</i> <i>Корпоративные связи с общественностью**;</i> <i>Событийный маркетинг**;</i> <i>Брендинг регионов**;</i> <i>Территориальный маркетинг**;</i> Международный маркетинг; B2B маркетинг; Маркетинг взаимоотношений и партнерства; Маркетинг в отраслях и сферах деятельности; Основы проектной деятельности в управлении маркетингом; <i>Управление корпоративными брендами**;</i> <i>Позиционирование корпоративного бренда**;</i> Производственно-управленческая практика;</p>	

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Маркетинг в зеленой экономике» составляет «3» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			8
Контактная работа, ак.ч.	42		42
Лекции (ЛК)	14		14
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	28		28
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	66		66
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	0		0
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108	108
	зач.ед.	3	3

Общая трудоемкость дисциплины «Маркетинг в зеленой экономике» составляет «3» зачетные единицы.

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очно-заочной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			9
Контактная работа, ак.ч.	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	65		65
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	9		9
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108	108
	зач.ед.	3	3

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	Основы маркетинга в зеленой экономике и концепции устойчивого развития	1.1	Глобальные тренды зеленой экономики, цели устойчивого развития и их влияние на маркетинг	Основные определения, связь с другими маркетинговыми концепциями, функции маркетинга в КСО, ESG стратегии. Структура маркетинговой среды, факторы макро- и микро-среды, особенности маркетинговой среды экомаркетинга. Стратегия и тактика экологического маркетинга.	ЛК, СЗ
		1.2	Потребительское поведение в зеленой экономике	Виды потребителей, индивидуальные потребители, модель принятия решения о покупке, виды про-экологического поведения потребителей, типы покупательского поведения. Конверсия реакции потребителя, Матрица Фута, Козна и Белдинга. Индикаторы измерения видов реакций поведения потребителей. Потребительские предпочтения, потребительская ценность, референтная группа, удовлетворенность, лояльность, особенности потребительских реакций для экологических товаров.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Разработка и выведение на рынок "зеленых" товаров	2.1	Разработка новых товаров и жизненный цикл товара в контексте снижения углеродного следа в процессе производства и потребления	Экологичный товар, экологическая ценность, процесс разработки нового экологичного товара. Парадокс экологических товаров. Маркетинговые решения по ассортименту. Показатели оценки результативности и эффективности ассортимента.	ЛК, СЗ
		2.2	Управление брендом в зеленой экономике	Основные понятия (марка, товарный знак, бренд, брендинг, бренд-менеджмент). Активы бренда. Создание экобренда. Экологическая маркировка.	ЛК, СЗ
		2.3	Экологическая маркировка и сертификация. Гринвошинг: риски и способы сохранения доверия	Экологическая маркировка и сертификация. Гринвошинг: сущность и формы проявления. Искажения маркетинговых коммуникаций, создание ложного позиционирования, риски для идентичности бренда и маркетинговой стратегии компании.	ЛК, СЗ
Раздел 3	Каналы распределения и маркетинговые коммуникации в зеленой экономике	3.1	Распределительная политика	Функции распределения. Маркетинговые каналы распределения. Обратные каналы распределения. Интеграция в каналах распределения. Стратегии распределения.	ЛК, СЗ
		3.2	Маркетинговые коммуникации	Введение в маркетинговые коммуникации. Этапы процесса разработки. Комплекс маркетинговых коммуникаций. Реклама, Стимулирование сбыта. Спонсорство. PR. Прямой маркетинг. Личные продажи. Плюсы и минусы инструментов коммуникаций и оценка их эффективности. Мобильный	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
				маркетинг. Онлайн маркетинг.	
Раздел 4	Ценообразование и оценка эффективности маркетинга в зеленой экономике	4.1	Маркетинговое ценообразование в зеленой экономике	Цена в комплексе маркетинга. Процесс установления цены. Стратегии ценообразования. Психологические аспекты ценообразования. Особенности ценообразования на экологичные товары.	ЛК, СЗ
		4.2	Оценка эффективности маркетинга в зеленой экономике	Трансформация метрик эффективности маркетинга в условиях «зеленой» экономики. Количественные и качественные показатели. Формирование системы сбалансированных показателей в маркетинговой деятельности.	ЛК, СЗ
		4.3	Экономика замкнутого цикла и их влияние на маркетинговые затраты и себестоимость	Внедрение принципов экономики замкнутого цикла в расчет затрат (трансформация структуры затрат и расчета себестоимости). Изменение структуры маркетинговых затрат. Экономический эффект и маркетинговые метрики.	ЛК, СЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	4 зал. Библиотеки Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21" Мультимедиа проектор Cactus CSC4.SG MS Windows 10 64bit Microsoft Office 2021 LTSC
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	4 зал. Библиотеки Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21" Мультимедиа проектор Cactus CSC4.SG MS Windows 10 64bit Microsoft Office 2021 LTSC
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	4 зал. Библиотеки Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21" Мультимедиа проектор Cactus CSC4.SG MS Windows 10 64bit Microsoft Office 2021 LTSC

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Антонов, В. Н. Экологический маркетинг : учебное пособие / В. Н. Антонов. — Донецк : ДонНУЭТ имени Туган-Барановского, 2021. — 145 с. — ISBN 978-5-91556-992-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/323036> (дата обращения: 19.03.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности : учебник / под

общ. ред. И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчука, С.Н. Андреева. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 589 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/1003504. - ISBN 978-5-16-019085-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2208739>

Дополнительная литература:

1. Маркетинг-менеджмент : учебное пособие / Л.С. Брусенцова, Е.В. Козлова, Л.В. Кузнецова, И.К. Полянская. — Москва : ИНФРАМ, 2024. — 151 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-112459-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2144867> (дата обращения: 19.03.2026)

2. Экологический маркетинг : учебное пособие / С. Г. Божук, К. В. Евдокимов, Н. А. Плетнева, В. И. Саморуков. - Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2018. - 140 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1901984> (дата обращения: 19.03.2026). – Режим доступа: по подписке.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<https://mega.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС «Юрайт» <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Знаниум» <https://znanium.ru/>

2. Базы данных и поисковые системы

- Sage <https://journals.sagepub.com/>

- Springer Nature Link <https://link.springer.com/>

- Wiley Journal Database <https://onlinelibrary.wiley.com/>

- Наукометрическая база данных Lens.org <https://www.lens.org>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Маркетинг в зеленой экономике».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

РАЗРАБОТЧИК:

Заведующий кафедрой

Должность, БУП

Подпись

Лукина Анастасия
Владимировна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

Должность БУП

Подпись

Лукина Анастасия
Владимировна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Доцент

Должность, БУП

Подпись

Чернышева Анна
Михайловна

Фамилия И.О.