

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
ФИО: Макаренко Елена Николаевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 11.06.2025 10:08:14
Уникальный программный ключ:
с098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«РОСТОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ

Начальник отдела
аспирантуры и докторантуры

Е.Н. Грузднева
«24» июня 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг устойчивого развития территории

Группа научных специальностей

5.2. Экономика

Научная специальность

5.2.3. Региональная и отраслевая экономика

Для набора: 2024, 2025 года

Кафедра маркетинга и рекламы

Распределение часов дисциплины по семестрам*

Вид занятий	Количество часов	Семестр
Лекции	12	4
Практические	6	
Итого ауд.	18	
Самостоятельная работы	52	
Контроль	2	
ИТОГО	72	
Промежуточная аттестация по дисциплине (зачет)	36	

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден Ученым советом вуза (28.02.2025, протокол № 9, 05.03.2024 г., протокол № 12).

Программу составили(и): к.э.н., доцент Иванченко О.В.

Зав.кафедрой: д.э.н., профессор Пржедецкая Н.В.

Научно-методический совет:

проректор по научной работе и инновациям д.э.н., профессор Вовченко Н.Г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: формирование у обучающихся знаний, умений и навыков маркетингового обеспечения ESG-стратегии предприятия при переходе на принципы устойчивого развития; формирование навыков измерения экологических, экономических и социальных эффектов деятельности предприятия на основе ESG-трансформации

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

<i>Код</i>	<i>Формулировка результата</i>	<i>Индикаторы достижения результата</i>
РОЗ	способен использовать углубленные теоретические знания по научной специальности для критического анализа достижений научной отрасли в целом и в рамках конкретной исследуемой проблемы	<ul style="list-style-type: none">– знает теоретические концепции и методологические основы научной отрасли; основные тенденции и результаты новейших теоретических и прикладных исследований в рамках научной специальности; основные положения, принципы, методы сбора, обработки и анализа научной информации;– умеет использовать полученные теоретические знания для решения вопросов собственного научного исследования, учитывая современные научные тенденции; структурировать и обобщать имеющийся в литературе и электронных базах данных материал; аргументированно представлять результаты собственного исследования;– владеет навыками оценки состояния и динамики развития своей предметной области на современном этапе.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия	Кол-во часов	Результат освоения
Раздел «Концепция устойчивого развития»			
Тема 1. Устойчивое развитие: эволюция концепции. Устойчивое развитие: основные понятия, история возникновения концепции. Глобальное управление устойчивым развитием. Цели ООН в области устойчивого развития. Актуальные проблемы государственного управления устойчивым развитием.	Лекционные занятия	4	РОЗ
Тема 1. Устойчивое развитие: эволюция концепции. Устойчивое развитие: основные понятия, история возникновения концепции. Глобальное управление устойчивым развитием. Цели ООН в области устойчивого развития. Актуальные проблемы государственного управления устойчивым развитием.	Практические занятия	2	РОЗ
Тема 2. Социальная ответственность бизнеса и устойчивое развитие. Понятие корпоративной устойчивости. Движение бизнеса к устойчивому развитию и оценка вклада бизнеса в достижение ЦУР. Трансформация модели корпоративной устойчивости. ESG-факторы и ESG-стратегия компаний. Тенденции и направления развития концепции Устойчивого развития. Устойчивое производство и устойчивое потребление. Характеристика Человека устойчивого развития и устойчивый образ жизни. Стандарты корпоративной социальной ответственности: эволюция, виды, анализ опыта внедрения. Используемые международные и национальные стандарты подготовки нефинансовой отчетности, практики КСО и	Лекционные занятия	4	РОЗ

устойчивого развития. Стандарты ответственного ведения бизнеса (ОВБ).			
<p>Тема 2. Социальная ответственность бизнеса и устойчивое развитие.</p> <p>Понятие корпоративной устойчивости. Движение бизнеса к устойчивому развитию и оценка вклада бизнеса в достижение ЦУР. Трансформация модели корпоративной устойчивости. ESG-факторы и ESG-стратегия компаний. Тенденции и направления развития концепции Устойчивого развития. Устойчивое производство и устойчивое потребление. Характеристика Человека устойчивого развития и устойчивый образ жизни. Стандарты корпоративной социальной ответственности: эволюция, виды, анализ опыта внедрения. Используемые международные и национальные стандарты подготовки нефинансовой отчетности, практики КСО и устойчивого развития. Стандарты ответственного ведения бизнеса (ОВБ).</p>	Практические занятия	2	РОЗ
<p>Устойчивое развитие: основные понятия, история возникновения концепции. Глобальное управление устойчивым развитием. Цели ООН в области устойчивого развития. Актуальные проблемы государственного управления устойчивым развитием. Социальная ответственность бизнеса и устойчивое развитие. Понятие корпоративной устойчивости. Движение бизнеса к устойчивому развитию и оценка вклада бизнеса в достижение ЦУР. Трансформация модели корпоративной устойчивости. ESG-факторы и ESG-стратегия компаний. Тенденции и направления развития концепции Устойчивого развития. Устойчивое производство и устойчивое потребление. Характеристика Человека устойчивого развития и устойчивый образ жизни. Стандарты корпоративной социальной ответственности: эволюция, виды, анализ опыта внедрения. Используемые международные и национальные стандарты подготовки нефинансовой отчетности, практики КСО и устойчивого развития. Стандарты ответственного ведения бизнеса (ОВБ).</p> <p>Экономические механизмы циркулярной экономики. Основные принципы циркулярной экономики. Анализ жизненного цикла продукции и эко-дизайн. Циркулярные бизнес-модели. Расширенная ответственность производителя</p>	Самостоятельная работа	25	РОЗ
Раздел 2 «Маркетинговое обеспечение устойчивого развития и ESG-принципов»			
<p>Тема 4. ESG в маркетинге: влияние на бренд, коммуникацию и потребителя.</p> <p>Концепция маркетинга устойчивого развития. Развитие концепции социально-этичного маркетинга. Реализация ESG-решений в деятельности компаний. Влияние ESG-практик на имидж компании. Маркетинговый подход к позиционированию организации на основе ESG-аспектов. Стратегии маркетинговых коммуникаций и формирования ESG-позиционирования. Маркетинговые коммуникации и PR при реализации</p>	Лекционные занятия	2	РОЗ

проектов ESG-трансформации. Влияние ESG-маркетинга на лояльность клиентов и сотрудников.			
<p>Тема 4. ESG в маркетинге: влияние на бренд, коммуникацию и потребителя.</p> <p>Концепция маркетинга устойчивого развития. Развитие концепции социально-этичного маркетинга. Реализация ESG-решений в деятельности компаний. Влияние ESG-практик на имидж компании. Маркетинговый подход к позиционированию организации на основе ESG-аспектов. Стратегии маркетинговых коммуникаций и формирования ESG-позиционирования. Маркетинговые коммуникации и PR при реализации проектов ESG-трансформации. Влияние ESG-маркетинга на лояльность клиентов и сотрудников.</p>	Практические занятия	2	PO3
<p>Тема 5. Эффективность социальной деятельности бизнеса.</p> <p>Новые подходы к определению эффективности бизнес-компаний; оценка по триединому итогу. Виды и показатели эффективности. Отражение корпоративной социальной ответственности в отчетности компаний: анализ отечественных и зарубежных практик. Эффективность корпоративной социальной ответственности и устойчивого развития на основе оценочных показателей и рейтингов. Маркетинговая оценка эффективности социальной ответственности бизнеса.</p>	Лекционные занятия	2	PO3
<p>Концепция маркетинга устойчивого развития. Развитие концепции социально-этичного маркетинга. Реализация ESG-решений в деятельности компаний. Влияние ESG-практик на имидж компании.</p> <p>Маркетинговый подход к позиционированию организации на основе ESG-аспектов. Стратегии маркетинговых коммуникаций и формирования ESG-позиционирования. Маркетинговые коммуникации и PR при реализации проектов ESG-трансформации. Влияние ESG-маркетинга на лояльность клиентов и сотрудников.</p> <p>Новые подходы к определению эффективности бизнес-компаний; оценка по триединому итогу. Виды и показатели эффективности. Отражение корпоративной социальной ответственности в отчетности компаний: анализ отечественных и зарубежных практик. Эффективность корпоративной социальной ответственности и устойчивого развития на основе оценочных показателей и рейтингов. Маркетинговая оценка эффективности социальной ответственности бизнеса.</p>	Самостоятельная работа	27	PO3
Выполнение индивидуального задания (перечень индивидуальных заданий представлены в приложении 1 к рабочей программы дисциплины).	Самостоятельная работа	6	PO3
Контроль	2	2	PO3
ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ			
Промежуточная аттестация по дисциплине (зачет)	36		PO3

4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Структура и содержание оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

№	Выходные данные	Количество экземпляров
5.1. Учебные, научные и методические издания		
1.	Каз, Е. М., Краковецкая, И. В., Нехода, Е. В., Редчикова, Н. А., Неходы, Е. В. Бизнес-модели компаний и устойчивое развитие. Томск: Издательство Томского государственного университета, 2020	ЭБС «IPR SMART»
2.	Цитленок, В. С., Рощина, И. В., Артюхова, Н. А., Цитленка, В. С., Рощиной, И. В. Устойчивое развитие экономики Российской Федерации: фактор структурно-многоуровневой разнотельности. Томск: Издательский Дом Томского государственного университета, 2019	ЭБС «IPR SMART»
3.	Вовченко Н. Г., Кузнецов Н. Г., Алифанова Е. Н., Макаренко Е. Н., Полякова И. А., Макаренко Е. Н., Бердников С. В. Реализация ESG-принципов в стратегии устойчивого развития экономики России: монография Ростов-на-Дону: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2022	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
4.	Менеджмент и бизнес-администрирование: журнал. Москва: Академия менеджмента и бизнес-администрирования, 2025	
5.2. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы		
ИСС КонсультантПлюс ИСС "Гарант" - https://internet.garant.ru/ База статистических данных Росстата - https://rosstat.gov.ru/ База данных Центрального банка РФ - http://cbr.ru/hd_base/		
5.3. Перечень программного обеспечения		
LibreOffice		
5.4. Учебно-методические материалы для аспирантов с ограниченными возможностями здоровья		
При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.		

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Помещения для проведения всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения: столы, стулья; персональный компьютер/ноутбук (переносной); проектор; экран/интерактивная доска.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

1. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ АСПИРАНТОВ учитывается по результатам выполнения индивидуальных заданий (выполнение реферата/доклада, прохождение опроса, тестов) и собеседования на практических занятиях с преподавателем.

ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ/ДОКЛАДОВ

Тема реферата/доклада должна быть выбрана в соответствии с темой диссертации и отраслью защиты конкретного аспиранта.

1. Устойчивое развитие: эволюция концепции в России.
2. Современные экономические и политические процессы в контексте устойчивого развития.
3. Экономические подходы к управлению устойчивым развитием.
4. Социальные инновации бизнеса.
5. Социальное предпринимательство.
6. Проблемы обеспечения устойчивого развития.
7. Бизнес как основа социально-экономической устойчивости: корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие компаний.
8. Проблематика КСО с точки зрения малого, среднего, крупного бизнеса; экспертов; общества; государства.
9. Цепочка формирования ответственности.
10. Модели корпоративного управления и КСО (американская, английская, немецкая, российская).
11. Бизнес-модели в мире, который развивается по правилам устойчивого развития.
12. Риски и возможности устойчивого развития для компаний.
13. Концепция CSV-Разделяемые ценности (М.Портер, М.Крамер) - стратегии развития с пользой для бизнеса и общества.
14. Влияние ESG-повестки на поведение потребителей.
15. Роль городов и регионов в переходе к устойчивому развитию.
16. Роль корпораций в переходе к устойчивому развитию в России.
17. Перспективы перехода России к устойчивому развитию.
18. Влияние зеленых проектов на конкурентоспособность предприятий в отрасли.
19. Маркетинговая среда проектов устойчивого развития.
20. Маркетинговые коммуникации при реализации проектов устойчивого развития.

Критерии оценивания:

В ходе изучения дисциплины аспирант может подготовить от 1 до 4 рефератов/докладов (максимально 40 баллов). Каждый реферат/доклад оценивается максимум в 10 баллов:

7-10 баллов - системность, обстоятельность и глубина излагаемого материала; знакомство с научной и учебной литературой; способность воспроизвести основные тезисы доклада без помощи конспекта; способность быстро и развернуто отвечать на вопросы преподавателя и аудитории; наличие презентации к докладу;

4-6 балла - развернутость и глубина излагаемого в докладе материала; знакомство с основной научной литературой к докладу; при выступлении частое обращение к тексту доклада; некоторые затруднения при ответе на вопросы (неспособность ответить на ряд вопросов из аудитории); наличие презентации;

1-3 балла - правильность основных положений доклада; наличие недостатка информации в докладе по целому ряду проблем; использование для подготовки доклада исключительно учебной литературы; неспособность ответить на несложные вопросы из аудитории и преподавателя; неумение воспроизвести основные положения доклада без письменного конспекта; наличие презентации;

0 баллов - поверхностный, неупорядоченный, бессистемный характер информации в докладе; при чтении доклада постоянное использование текста; полное отсутствие внимания к докладу аудитории; отсутствие презентации.

ОПРОС

1. Границы фирмы и рынка в экономике устойчивого развития.
2. Традиционные показатели границ рынка в продуктовом и территориальном разрезе и проблемы их использования в экономике устойчивого развития.
3. Многопродуктовые фирмы и их ESG-эффективность.
4. Новые формы организации производства и взаимодействия агентов в условиях цифровой экономики и ESG-трансформации.
5. Экосистемы бизнеса. Цифровые экосистемы бизнеса.
6. Роль ожиданий, новых ценностных ориентиров потребителей в экономике устойчивого развития.
7. Изменения технологических ограничений фирмы под действием факторов устойчивого развития.
8. Воздействие экологии, социальной политики и корпоративного управления на производственные, логистические, маркетинговые возможности фирмы.
9. Изменение целей фирмы под действием ESG факторов.
10. Изменение поведения потребителей в новых условиях.
11. Конфликты интересов при переходе к устойчивой экономике.
12. Изменение традиционных факторов рыночной власти в глобальной и цифровой экономике при переходе к принципам устойчивого развития.
13. Факторы устойчивого развития компании как элементы новой монополизации.
14. Роль информации на рынках с устойчивым развитием.
15. Учет экологической составляющей при ценообразовании на продукты, услуги.
16. Спрос на качественную окружающую среду, конкуренция фирм за экологическое качество и экологические услуги.
17. Информация как объект монетизации и конкуренции.
18. Товарное разнообразие: плюсы и минусы для устойчивого развития компании и отрасли.
19. Экологическая реклама как фактор продуктовой конкуренции.
20. Проблемы гринвошинга в рекламных кампаниях «зеленых» товаров.
21. Функционирование инновационных рынков, технологические изменения и устойчивое развитие компании.
22. Бережливые (экономные) инновации.
23. Факторы устойчивости рынка. Дизайн устойчивого рынка.
24. Влияние технологических инноваций на экосистему современного бизнеса.
25. Цифровая экономика и цифровая конкуренция.
26. Цифровые рынки и их место в экономике устойчивого развития. Конкуренция платформ.
27. Развитие цифровых экосистем.
28. Использование рыночных и нерыночных инструментов регулирования экологических проблем.
29. Проблемы государственного регулирования, конфликты интересов промышленной, экологической, антимонопольной и отраслевой политики.
30. Концепция социально-этичного маркетинга.
31. Маркетинговые программы реализации ESG-проектов.
32. Реклама проектов устойчивого развития предприятия.
33. PR в системе маркетингового обеспечения устойчивого развития
34. Влияние ESG-принципов на внутренний маркетинг компаний.
35. Оценка коммуникационной эффективности реализации ESG-проектов.

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов, которые может набрать аспирант при коллоквиуме, собеседовании - 60 баллов:

5 баллов выставляется аспиранту, если при собеседовании он демонстрирует полное и содержательное знание материала;

3-4 баллов выставляется аспиранту, если он обнаруживает твердые, но в некоторых вопросах неточные знания материала;

1-2 балла выставляется аспиранту, если он показывает знания основного учебно-программного материала, но допускает существенные неточности в ответе.

0 баллов выставляется аспиранту, если он не показывает знания основного учебно-программного материала, допускает существенные ошибки в ответе.

ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

1. Устойчивое развитие: основные понятия, история возникновения концепции.
2. Глобальное управление устойчивым развитием.
3. Цели ООН в области устойчивого развития.
4. Актуальные проблемы государственного управления устойчивым развитием.
5. Понятие корпоративной устойчивости.
6. Движение бизнеса к устойчивому развитию и оценка вклада бизнеса в достижение ЦУР. Трансформация модели корпоративной устойчивости.
7. ESG-факторы и ESG-стратегия компаний.
8. Тенденции и направления развития концепции Устойчивого развития.
9. Устойчивое производство и устойчивое потребление.
10. Характеристика Человека устойчивого развития и устойчивый образ жизни.
11. Стандарты корпоративной социальной ответственности: эволюция, виды, анализ опыта внедрения.
12. Используемые международные и национальные стандарты подготовки нефинансовой отчетности, практики КСО и устойчивого развития.
13. Стандарты ответственного ведения бизнеса (ОВБ).
14. Основные принципы циркулярной экономики.
15. Анализ жизненного цикла продукции и эко-дизайн.
16. Циркулярные бизнес-модели.
17. Расширенная ответственность производителя.
18. Концепция маркетинга устойчивого развития.
19. Развитие концепции социально-этичного маркетинга.
20. Реализация ESG-решений в деятельности компаний.
21. Влияние ESG-практик на имидж компании.
22. Маркетинговый подход к позиционированию организации на основе ESG-аспектов.
23. Стратегии маркетинговых коммуникаций и формирования ESG-позиционирования.
24. Маркетинговые коммуникации и PR при реализации проектов ESG-трансформации.
25. Влияние ESG-маркетинга на лояльность клиентов и сотрудников.
26. Новые подходы к определению эффективности бизнес-компаний; оценка по триединому итогу.
27. Отражение корпоративной социальной ответственности в отчетности компаний: анализ отечественных и зарубежных практик.
28. Эффективность корпоративной социальной ответственности и устойчивого развития на основе оценочных показателей и рейтингов.
29. Показатели эффективности ESG-проектов.
30. Маркетинговая оценка эффективности социальной ответственности бизнеса.

Критерии оценивания:

50-100 баллов (зачтено) выставляется, если изложенный материал фактически верен, аспирант демонстрирует наличие глубоких исчерпывающих знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с поставленными программой курса, целями и задачами обучения; правильные, уверенные действия по применению полученных знаний на практике, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, усвоение основной и знакомство с дополнительной литературой;

0-49 баллов (не зачтено) - выставляется, если ответы студента не связаны с вопросами, наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия.

В ходе лекционных занятий рассматриваются темы, направленные на подготовку к сдаче кандидатского экзамена по специальности, даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовке к практическим занятиям.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания аспирантов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки сбора, анализа и синтеза информации.

При подготовке к практическим занятиям каждый аспирант должен:

- изучить рекомендованную учебную и научную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме.

По согласованию с преподавателем аспирант готовит реферат по теме занятия. В процессе подготовки к практическим занятиям аспиранты могут воспользоваться консультациями преподавателя(ей).

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены аспирантами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы аспирантов над учебной программой курса осуществляется в ходе практических занятий.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации аспиранты могут воспользоваться электронно-библиотечными системами. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.