



ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА СТРАТЕГІЯ У ТРАНСПОРТНОМУ МАРКЕТИНГУ

СИЛАБУС

I семестр 2022-2023 навчальний рік

Команда викладачів:

Лектор: Мкртчян Олена Миколаївна

Контакти: mkrtychyan@kart.edu.ua

Години прийому та консультацій: 13.00-14.00 середа (лектор)

Сучасний розвиток економіки диктує учасникам ринку жорсткі конкурентні умови, і дана ситуація вимагає від підприємств значних зусиль з підвищення конкурентоспроможності. Основним напрямом удосконалення власних можливостей підприємства є впровадження та вміле використання інновацій. Відродження виробництва потребує інноваційного підходу – це допоможе країні вийти з економічної кризи і тим самим надасть змогу для залучення інвестицій, впровадження інновацій, відновлення конкурентоспроможного виробництва, зростання зайнятості населення.

В умовах глобалізації та жорсткої конкурентної боротьби підприємства повинні приділяти особливу увагу інвестиційно-інноваційному розвитку, адже він впливає на рівень ефективності їх діяльності. Саме це визначає місце дисципліни «Інноваційно-інвестиційна стратегія у транспортному маркетингу» у загальному процесі підготовки бакалавра зі спеціальності «Маркетинг».

Вивчаючи цей курс, студенти оволодіють теоретичними методами і практичними навичками оцінки економічної привабливості інвестицій в організаційно-технічні проекти, визначення доцільності їх здійснення в умовах розвитку ринкових відносин.

Курс має на меті сформувати та розвинути наступні компетентності студентів:

ЗК 5 Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

ЗК 7 Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях, у тому числі для ринку транспортних послуг.

ЗК 8 Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК 11 Здатність працювати в команді.

СК 8 Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

СК 9 Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.

СК 10 Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності, у тому числі для підприємств залізничного транспорту.

СК 13 Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі (з врахуванням особливостей транспортної галузі).

СК 14 Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

СК 15 Здатність застосовувати сучасні маркетингові концепції, методи і технології в сфері залізничного транспорту для побудови ефективної системи маркетингового управління економічною діяльністю транспортних підприємств.

Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу, у тому числі для підприємств залізничного транспорту.

Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

Р5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів, у тому числі на транспортному ринку.

Р6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

Р11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

Р13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

Р12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

Р16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

РН 19 Управляти маркетинговою діяльністю на залізничному транспорті з врахуванням особливостей галузі, а саме: аналізу і прогнозування ринку транспортних послуг, розрахунку витрат і встановлення тарифів на пасажирські і вантажні перевезення, планування і управління виробничими процесами в економічній діяльності транспортних систем.

Мета курсу

Цей курс спрямований на набуття потрібними знаннями та навичками, полягає у закріпленні теоретичних положень і набутті практичних навичок оцінки економічної привабливості інвестицій в організаційно-технічні проекти, визначенні доцільності їх здійснення в умовах розвитку ринкових відносин.

Досвідчена команда викладачів з великим досвідом практичної роботи надає кваліфіковану допомогу (по електронній пошті та особисто у зазначений час консультації) з курсу навчальної дисципліни.

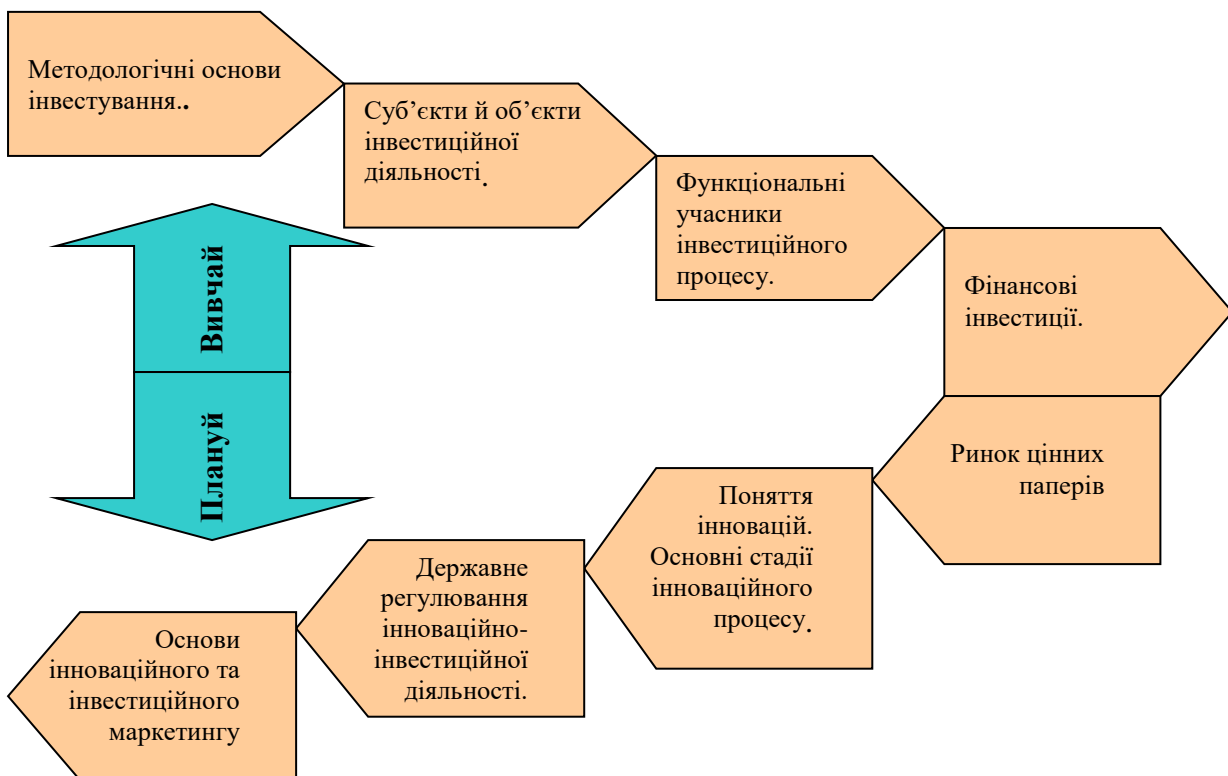
Організація навчання

Цей курс, який вивчається з вересня по грудень, дає студентам глибоке розуміння систематизації успішних прикладів реалізації продукції на ринку та практичні рекомендації з її просування.

Курс складається з однієї лекції на тиждень і одного практичного заняття раз у два тижні. Він супроводжується текстовим матеріалом, презентаціями та груповими завданнями. Студенти матимуть можливість застосовувати отримані знання та вирішувати практичні завдання протягом обговорень в аудиторії.

Практичні заняття можуть проводитися різними способами: семінари з теоретичних питань, практичні роботи з метою засвоєння окремих конкретних функцій, практичні роботи з метою оволодіння методами використання ПЕОМ в маркетинговій діяльності та вивчення інформаційного забезпечення маркетингу. Окремі практичні заняття повинні проводитися в активних формах (розгляд конкретних маркетингових ситуацій, проведення ділових і рольових ігор, "мозкові атаки").

Теми курсу



Маркетинг / схема курсу

Поміркуй	Лекції	Виконай
	Запрошені лектори	
	Довідковий матеріал	
	Презентації	
	Обговорення в аудиторії	
	Групові завдання	
	Індивідуальні консультації	
	Іспит	

Практичні заняття курсу передбачають виконання завдань, а також групових проектів з розробки конкретних маркетингових заходів щодо просування продукції (групи від 3х до 5 осіб) та презентацію власних проектів в кінці курсу. Проект фіналізується презентацією. Виконання завдання супроводжується зануренням у суміжні дисципліни (маркетинг, мікроекономіка, макроекономіка, економіка підприємства, психологія, соціологія, маркетингові комунікації, менеджмент), що доповнюють теми, та формує у студента інформаційну та комунікативну компетентності.

Ресурси курсу

Інформація про курс розміщена на сайті Університету (<http://kart.edu.ua>), включаючи навчальний план, лекційні матеріали, презентації, завдання та правила оцінювання курсу).

Додатковий матеріал та посилання на електронні ресурси доступні на сайті Університету у розділі «дистанційне навчання» поряд із питаннями, над якими необхідно поміркувати під час підготовки для обговорення в аудиторії. Необхідна підготовка повинна бути завершена до початку наступної лекції. На заняттях вам необхідно висловлювати власну думку з дискусійних питань курсу, бути готовими до творчих розв'язань ситуаційних вправ щодо застосування тих чи інших маркетингових інструментів, адже ми хочемо, щоб кожний студент розвивав власне бачення щодо використання на практиці маркетингу та міг обґрунтувати прийняття певних рішень.

Приклади питань для обговорення доступні в матеріалах. Ось деякі з них:

Інвестиційний клімат

http://dia.dp.gov.ua/wp-content/uploads/2018/02/4_climate_F.Fedyuk_13_02.pdf

Інноваційна Україна 2020 : національна доповідь

<http://ief.org.ua/wp-content/uploads/2015/07/%D0%86%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B0-%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D0%B0-2020++.pdf>

<http://ief.org.ua/wp-content/uploads/2015/07/%D0%86%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B0-%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D0%B0-2020++.pdf>

Стан інвестиційної діяльності в Україні

<http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&tag=%D0%A1%D1%82%D0%B0%D0%BD%20%D1%96%D0%BD%D0%B2%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%BE%D1%97%20%D0%B4%D1%96%D1%8F%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96%20%D0%B2%20%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%96>

Додаткові матеріали курсу:

https://pidruchniki.com/1584072012462/investuvannya/investitsiyna_diyalnist

<https://pidruchniki.com/1584072013163/investuvannya/investuvannya>

<https://pidruchniki.com/1945032263299/investuvannya/investuvannya>

https://pidruchniki.com/73250/investuvannya/upravlinnya_innovatsiynoyu_diyalnistyu_osnovi_innovatsiynogo_menedzhmentu

https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/16824/1/%D0%98%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82.pdf

<http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/684/1/%D1%96%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%BE%D0%BA%20%D0%BF%D1%96%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%94%D0%BC%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0.pdf>

Лекції та практичні заняття

Список основних лекцій курсу наведений нижче. Пильнуйте за змінами у розкладі.

Денна форма навчання:

Т и ж д е н ь	К і л ь к і ст ь г о д и н	Тема лекції	К і л ь к і ст ь г о д и н	Тема практичних, семінарських та лабораторних занять
1	2	Лекція № 1. Методологічні основи інвестування.	2	ПР-1 Опрацювання матеріалу лекції № 1,2
2	2	Лекція № 2. Суб'єкти й об'єкти інвестиційної діяльності.		
3	2	Лекція № 3. Класифікація інститутів спільного інвестування. Функціональні учасники інвестиційного процесу.	2	ПР-2 Опрацювання матеріалу лекції № 3,4
4	2	Лекція № 4. Фінансові інвестиції.		
5	2	Лекція № 5. Характеристика акцій. Характеристика облігацій.	2	ПР-3 Опрацювання матеріалу лекції № 5,6
6	2	Лекція № 6. Ринок цінних паперів. Поняття та учасники ринку цінних паперів.		
7		Лекція № 7. Структура ринку цінних паперів.		
Модульний контроль знань				
8	2	Лекція № 8. Поняття інновацій. Основні стадії інноваційного процесу.	2	ПР-4 Опрацювання матеріалу лекції № 8,9
9	2	Лекція № 9. Об'єкти та суб'єкти інноваційної діяльності.		
10	2	Лекція № 10. Венчурне підприємництво та його організаційні форми.	2	ПР-5 Опрацювання матеріалу лекції № 10 та 11
11	2	Лекція № 11. Державне регулювання інноваційно-інвестиційної діяльності.		
12	2	Лекція № 12. Макроекономічне регулювання інвестиційного процесу.	2	ПР-6 Опрацювання матеріалу лекції № 12 та 13
13	2	Лекція № 13. Інноваційний маркетинг.		
14	2	Лекція № 14. Інвестиційний маркетинг.	2	ПР-7 Опрацювання матеріалу лекції № 14 та 15
15	2	Лекція № 15. Характеристика інвестиційних процесів в маркетингу		
Модульний контроль знань				

Заочна форма здобуття освіти

Кі ль кі ст ь го ди н	Тема лекції	Кі ль кі ст ь го ди н	Тема практичних, семінарських та лабораторних занять
2	Лекція № 1. Методологічні основи інвестування. Суб'єкти й об'єкти інвестиційної діяльності.	2	ПР-1 Опрацювання матеріалу лекцій № 1

2	Лекція № 2. Класифікація інститутів спільного інвестування. Функціональні учасники інвестиційного процесу.	2	ПР-1 Опрацювання матеріалу лекцій № 2
2	Лекція № 3. Фінансові інвестиції.	2	ПР-1 Опрацювання матеріалу лекцій № 3
2	Лекція № 4. Поняття інновацій. Основні стадії інноваційного процесу. Об'єкти та суб'єкти інноваційної діяльності.	2	ПР-1 Опрацювання матеріалу лекцій № 4
2	Лекція № 5. Державне регулювання інноваційно-інвестиційної діяльності.	2	ПР-1 Опрацювання матеріалу лекцій № 5
2	Лекція № 6. Інноваційний маркетинг.	2	ПР-1 Опрацювання матеріалу лекцій № 6
2	Лекція № 7. Інвестиційний маркетинг.	2	ПР-1 Опрацювання матеріалу Лекцій №7

Вимоги викладача

Вивчення навчальної дисципліни «Інноваційно-інвестиційна стратегія у транспортному маркетингу» передбачає:

- виконання завдань згідно з навчальним планом (індивідуальні завдання, самостійна робота тощо);
- підготовки до практичних занять;
- роботи з інформаційними джерелами.

Підготовка до практичних занять передбачає: ознайомлення з програмою навчальної дисципліни, питаннями, які виносяться на заняття з відповідної теми; вивчення методичного матеріалу.

Рішення практичних завдань повинно як за формою, так і за змістом відповідати вимогам (мати всі необхідні складові), що висувуються до вирішення відповідного завдання, свідчити про його самостійність (демонструвати ознаки самостійності виконання здобувачем такої роботи), відсутність ознак повторюваності та плагіату.

На практичних заняттях присутність здобувачів вищої освіти є обов'язковою, важливою також є їх участь в обговоренні всіх питань теми. Пропущені заняття мають бути відпрацьовані. Це ж стосується й студентів, які не виконали завдання або показали відсутність знань з основних питань теми. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися до учасників процесу навчання, бути зваженим, уважним та дотримуватися дисципліни й часових (строкових) параметрів навчального процесу.

Правила оцінювання

При заповненні заліково-екзаменаційної відомості та залікової книжки (індивідуального навчального плану) студента, оцінка, виставлена за 100-бальною шкалою, повинна бути переведена до державної шкали (5, 4, 3,) та шкали ECTS (A, B, C, D, E)

Визначення назви за державною шкалою(оцінка)	Визначення назви за шкалою ECTS	За 100 бальною шкалою	ECTS оцінка
ВІДМІННО – 5	Відмінно – відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	90-100	A
ДОБРЕ – 4	Дуже добре – вище середнього рівня з кількома помилками	82-89	B
	Добре – в загальному правильна робота з певною кількістю грубих помилок	75-81	C
ЗАДОВІЛЬНО - 3	Задовільно - непогано, але зі значною кількістю недоліків	69-74	D
	Достатньо – виконання задовольняє мінімальні критерії	60-68	E

НЕЗАДОВІЛЬНО - 2	Незадовільно – потрібно попрацювати перед тим як отримати залік або екзамен (без повторного вивчення модуля)	35-59	FX
	Незадовільно - необхідна серйозна подальша робота (повторне вивчення модуля)	<35	F

Завдання на самостійну роботу:

- Студентам пропонується обрати один з 8 варіантів тем для створення власного проекту впродовж семестру. За вчасне та вірне виконання завдання нараховується **20 балів до поточного модульного контролю**.

	Теми проектів
1	Класифікація інвестицій
2	Інвестиційний ринок
3	Інвестиційний проект
4	Оцінка ефективності інвестицій
5	Інноваційне підприємство (інноваційний центр, технопарк)
6	Інноваційне підприємство (технополіс, інноваційний бізнес-інкубатор)
7	Стимулювання інноваційної діяльності на підприємстві
8	Оцінювання ефективності інноваційної діяльності

Ступінь залученості:

Мета участі в курсі – залучити вас до дискусії, розширити можливості навчання для себе та своїх однолітків та дати вам ще один спосіб перевірити свої погляди на питання застосування маркетингу. Участь буде оцінюватися на основі кількості та вірності ваших відповідей. Питання, хоча й заохочуються, однак не оцінюються в цьому блоці. Ми намагаємося надати всім студентам рівні та справедливі можливості для підвищення власною залученості. **Максимальна сума становить 10 балів.**

Практичні заняття:

Оцінюються за ступенем залученості (до 7 балів) та стислою презентацією виконаного завдання (до 5 балів). Ступінь залученості визначається участю у дискусіях по вирішенню кейсів та рішенню задач. **Максимальна сума становить 15 балів.**

Модульне тестування:

Оцінюються за вірними відповідями на тестові модульні питання (20 питань в тесті, кожна вірна відповідь оцінюється в 2 бали). **Максимальна кількість становить 40 балів за модуль.**

Залік:

- Студент отримує оцінку заліку за результатами модульного 1-го та 2-го контролю шляхом накопичення балів. Максимальна кількість балів, яку може отримати студент становить 100 (до 60 балів поточного контролю та до 40 балів тестування). Середнє арифметичне суми модульних оцінок складає заліковий бал. Якщо студент не погоджується із запропонованими балами він може підвищити їх на заліку, відповівши на питання викладача (Додаток 1).

Програмні результати навчання:

РН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності, у тому числі на ринку транспортних послуг.

РН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

РН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів, у тому числі на транспортному ринку.

РН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

Команда викладачів:

Мкртичьян Олена Миколаївна (<http://kart.edu.ua/kafe-m-ua/kolectuv-kafedru-m-ua/мкртичьян-олена-миколаївна>). Напрямки наукової діяльності: вантажні перевезення залізничним транспортом; удосконалення експлуатаційної роботи залізничного транспорту; маркетингові дослідження ринку транспортних послуг; рекламна діяльність; маркетингова логістика.

Кодекс академічної доброчесності

Порушення Кодексу академічної доброчесності Українського державного університету залізничного транспорту є серйозним порушенням, навіть якщо воно є ненавмисним. Кодекс доступний за посиланням:

<http://kart.edu.ua/documentu-zvo-ua>

Зокрема, дотримання Кодексу академічної доброчесності УкрДУЗТ означає, що вся робота на іспитах та заліках має виконуватися індивідуально. Під час виконання самостійної роботи студенти можуть консультуватися з викладачами та з іншими студентами, але повинні самостійно розв'язувати завдання, керуючись власними знаннями, уміннями та навичками. Посилання на всі ресурси та джерела (наприклад, у звітах, самостійних роботах чи презентаціях) повинні бути чітко визначені та оформлені належним чином. У разі спільної роботи з іншими студентами над виконанням індивідуальних завдань, ви повинні зазначити ступінь їх залучення до роботи.

Інтеграція студентів із обмеженими можливостями

Вища освіта є провідним чинником підвищення соціального статусу, досягнення духовної, матеріальної незалежності і соціалізації молоді з обмеженими функціональними можливостями й відображає стан розвитку демократичних процесів і гуманізації суспільства.

Для інтеграції студентів із обмеженими можливостями в освітній процес Українського державного університету залізничного транспорту створена система дистанційного навчання на основі сучасних педагогічних, інформаційних, телекомунікаційних технологій.

Доступ до матеріалів дистанційного навчання з цього курсу можна знайти за посиланням:

<http://do.kart.edu.ua/>

Інформаційне забезпечення

Основна література до всіх тем:

1. Зоріна О. І. Маркетингова товарна політика: навчальний посібник / О. І. Зоріна, О. В. Сиволовська. – Харків: УкрДУЗТ, 2015. – 190 с
2. Зоріна О. І. Інноваційно-інвестиційна стратегія у транспортному маркетингу : конспект лекцій / О. І. Зоріна, О. М. Мкртчян, Д. С. Гончаренко. - Х. : УкрДУЗТ, 2018. – 103 с
3. Зоріна О.І., Колесникова Н.М., Писаревський І.М. Оцінка економічної доцільності інвестицій в інноваційні проекти на транспорті. - Харків: УкрДАЗТ, 210
4. Зоріна О.І. Вплив маркетингових комунікацій на діяльність підприємств в сучасних умовах, О.І. Зоріна, В.Ю. Фадеєнко - Глобальні та національні проблеми економіки, 2018

Додаткова література до всіх тем:

1. Зоріна О.І., Калабухін Ю.Є., Ткаченко В.В. Результати дослідження соціального ефекту техніко-організаційних заходів на залізничному транспорті - Вісник ХНАУ. Серія: Економічні науки, 2014
2. Зоріна О.І. Соціально-економічні фактори формування стійкого розвитку залізничного транспорту - Вісник Одеського національного університету. Серія Економіка, 2013
3. Данько, М. І. Підвищення інвестиційно-інноваційного потенціалу промислових підприємств залізничного транспорту в умовах інтеграційних процесів [Текст] / М. І. Данько, В. Л. Дикань, Л. Л. Калініченко ; Укр. держ. акад. заліз. трансп. - Х. : УкрДАЗТ, 2010. - 167 с.
4. Музиченко, А. С. Інвестиційна діяльність в Україні. Проблеми регулювання [Текст] / А. С. Музиченко. – К. : Кондор, 2009. – 405 с.
5. Балацький, О.Ф. Управління інвестиціями [Текст] / О.Ф. Балацький, О.М. Теліженко, М.О. Соколов. - Суми: “Університетська книга”, 2004. – 232 с.

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ В ІНТЕРНЕТІ

1. <http://metod.kart.edu.ua/>
2. http://www.uz.gov.ua/about/general_information/entertainments/pktbit/
3. http://www.uz.gov.ua/press_center/up_to_date_topic/page-4/451889/
4. <http://uz-cargo.com/>
5. <http://www.tmssoft-ltd.com/ua/about/about.php>