ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ ПРОЕКТІВ ТА БІЗНЕС-ПЛАНІВ

І семестр 2020 курс силабус
галузь знань 07 Управління та адміністрування:
спеціальність 075 Маркетинг
спеціальність 071 Облік і оподаткування

Команда викладачів:

Лектор: Зоріна Олена Іванівна **Контакти:** zorina@kart.edu.ua
Години прийому та консультацій: 13.00-14.00 понеділок (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 «Економічна оцінка ефективності маркетингових проектів та бізнес-планів» у загальному процесі підготовки магістра зі спеціальності «Маркетинг» та "Облік і оподаткування".

Вивчаючі 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:

1. Ціннісно-смислову компетентність - формування та розширення світогляду студента в області систем і характеристик сучасного маркетингу; напрямів комплексного дослідження ринку; методів маркетингових досліджень; технологій проведення маркетингових досліджень; видів маркетингових стратегій та процесів стратегічного маркетингового планування; цілей та сутності товарної, цінової, збутової та комунікаційної політик; сутності процесу організації та контролю маркетингової діяльності.

2. ***Загальнокультурну компетентність*** - розуміння культурних, історичних та регіональних особливостей, що склалися в Україні та за її межами в області використання інструментів маркетингу.

3. ***Навчально-пізнавальну компетентність*** - аналіз практичних маркетингових ситуацій; обґрунтування доцільності впровадження нових товарів чи послуг; обґрунтування рішень про проведення маркетингових досліджень; визначення цілей маркетингових досліджень; проведення маркетингових досліджень ринку; аналіз результатів маркетингових досліджень; оцінка конкурентоспроможності товару; визначення та обґрунтування ціни на товари та послуги; обґрунтування рішень щодо комплексу просування товарів та послуг.

4. ***Інформаційну компетентність*** - розвиток вмінь студента до самостійного пошуку, аналізу, структурування та відбору потрібної інформації для проведення маркетингової діяльності.

5. ***Комунікативну компетентність*** - розвиток у здобувача навичок роботи в команді шляхом реалізації групових проектів в області маркетингової діяльності, способів взаємодії з оточуючими й окремими людьми, вміння презентувати власний проект та кваліфіковано вести дискусію у досліджуваній сфері.

6. ***Компетентність особистісного самовдосконалення*** - елементи фізичного, духовного й інтелектуального саморозвитку, емоційної саморегуляції та самопідтримки; підтримка постійної жаги до самовдосконалення та самопізнання, шляхом постійного пошуку нетрадиційних підходів до розв'язування маркетингових проблем.

Мета курсу

Метою курсу є формування у студентів сучасного економічного мислення та системи спеціальних знань у галузі управління інвестиційною діяльністю підприємств, відповідних компетенцій на основі засвоєння основних теоретичних положень та опанування необхідними практичними навичками.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент буде

<u>знати:</u>

- підходи до формулювання цілей інвестиційної діяльності підприємства;
- особливості формування системи організаційного та інформаційного забезпечення інвестиційного менеджменту на підприємстві, здійснення інвестиційного аналізу та планування інвестиційної діяльності, забезпечення контролю за основними формами та напрямами інвестиційної діяльності підприємства;

<u>вміти:</u>

- застосовувати основні методи прогнозування інвестиційного ринку;
- розроблювати бізнес-планів реальних інвестиційних проектів, обґрунтування інвестиційної програми;
- здійснювати оцінку фінансових інвестицій та формувати інвестиційний портфель підприємства;
- проводити оцінку інвестиційних ризиків, обґрунтовувати методи їх мінімізації.

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

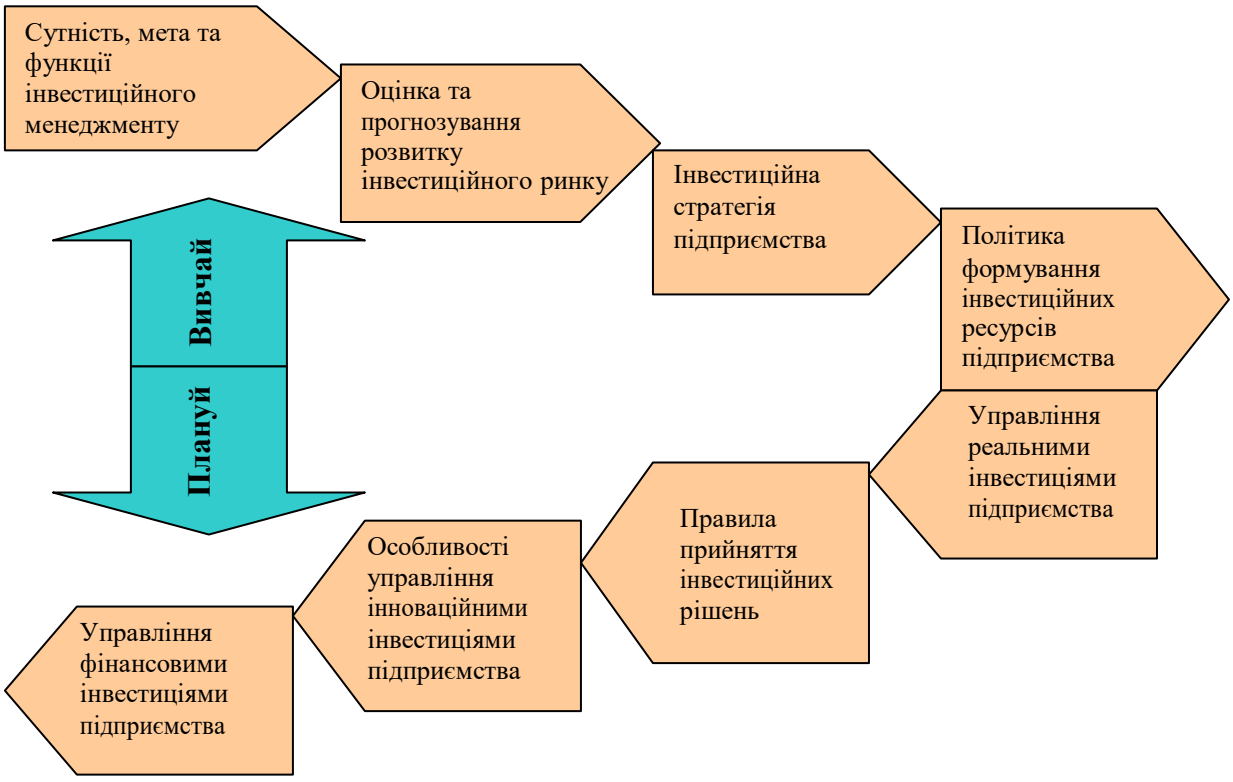
Організація навчання

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



Економічна оцінка маркетингових проектів і бізнес-планів / схема курсу

Поміркуй	Лекції	
	Запрошені лектори	
	Довідковий матеріал	
	Презентації	
	Обговорення в аудиторії	**Виконай**
	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 підчас 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

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:

http://www.lac.lviv.ua/fileadmin/www.lac.lviv.ua/data/kafedry/Ekonomiky/Docs/Biznes-planuvannja.pdf

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:

Тиждень	Кількість годин	Тема лекції	Кількість годин	Тема практичних, семінарських та лабораторних занять
	2	Лекція № 1. Сутність, мета та функції інвестиційного менеджменту	2	ПР-1 Опрацювання матеріалу лекції № 1,2
	2	Лекція № 2. Методологічні засади та методичний інструментарій інвестиційного менеджменту		
	2	Лекція № 3. Оцінка та прогнозування розвитку інвестиційного ринку	2	ПР-2 Опрацювання матеріалу лекції № 3,4
	2	Лекція № 4. Оцінка та прогнозування розвитку інвестиційного ринку		
	2	Лекція № 5. Інвестиційна стратегія підприємства	2	ПР-3 Опрацювання матеріалу лекції № 5,6
	2	Лекція № 6. Політика формування інвестиційних ресурсів підприємства		
	2	Лекція № 7. Політика формування інвестиційних ресурсів підприємства		
		Модульний контроль знань		
	2	Лекція № 8. Управління реальними інвестиціями підприємства	2	ПР-4 Опрацювання матеріалу лекції № 7,8
	2	Лекція № 9. Правила прийняття інвестиційних рішень	2	ПР-5 Опрацювання матеріалу лекції № 9,10
	2	Лекція № 10. Правила прийняття інвестиційних рішень		
	2	Лекція № 11. Формування програми реальних інвестицій підприємства	2	ПР-6 Опрацювання матеріалу лекції № 11,12
	2	Лекція № 12. Особливості управління інноваційними інвестиціями підприємства		
	2	Лекція № 13. Особливості управління інноваційними інвестиціями підприємства	2	ПР-7 Опрацювання матеріалу лекції № 13,14
	2	Лекція № 14. Управління фінансовими інвестиціями підприємства	2	
	2	Лекція № 15. Управління портфелем фінансових інвестицій підприємства	2	ПР-8 Опрацювання матеріалу лекції № 15
		Модульний контроль знань		

Заочна форма здобуття освіти

Тиждень	Кількість годин	Тема лекції	Кількість годин	Тема практичних, семінарських та лабораторних занять
	2	Лекція № 1. Сутність, мета та функції інвестиційного менеджменту. Методологічні засади та методичний інструментарій інвестиційного менеджменту	2	ПР-1 Опрацювання матеріалу лекцій № 1
	2	Лекція № 2. Оцінка та прогнозування розвитку інвестиційного ринку. Інвестиційна стратегія підприємства	2	ПР-2 Опрацювання матеріалу лекцій № 2
	2	Лекція № 3. Політика формування інвестиційних ресурсів підприємства. Управління реальними інвестиціями підприємства	2	ПР-3 Опрацювання матеріалу лекцій № 3
	2	Лекція № 4. Правила прийняття інвестиційних рішень. Особливості управління інноваційними інвестиціями підприємства	2	ПР-4 Опрацювання матеріалу лекцій № 4

	2	Лекція № 5. Управління фінансовими інвестиціями підприємства	2	ПР-5 Опрацювання матеріалу лекцій № 5

Вимоги викладача

Вивчення навчальної дисципліни «Економічна оцінка ефективності маркетингових проектів та бізнес-планів» передбачає:

- виконання завдань згідно з навчальним планом (індивідуальні завдання, курсова робота, 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 висуваються 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**. За вчасне та частково вірне виконання – від 15 до 25 балів. За невиконане завдання бали не нараховуються. Необхідний обсяг виконання завдання складає 50% на перший модульний контроль і 100% на другий модульний контроль. Перебіг поточного виконання завдання та питання для обговорення надсилаються на e-mail викладача або перевіряються ним особисто.
- Студенти мають прорецензувати одну роботу іншого студента або групи впродовж семестру очно та висловити свої критичні зауваження.

	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

Відвідування лекцій:

Бали за цю складову нараховуються взагалі, якщо студент не відвідував більш 50% лекційних занять у модулі без поважних причин. За відвідування кожної лекції нараховується 1 бал. **Максимальна сума становить 15 балів**.

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 відвідуваннями (до 3 балів), 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**.

Якщо студент пропустив практичне заняття для отримання балів за нього він повинен самостійно відпрацювати матеріал, що розглядався на занятті; виконати індивідуальне завдання – підготовка докладу (Додаток 1) відповідно до теми календарного плану. Доклад оцінюється максимально **до 5 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:

Таблиця – Матриця відповідності програмних результатів навчання, освітніх компонентів, методів навчання та оцінювання дисципліни «Економічна оцінка ефективності маркетингових проектів та бізнес-планів»

Результати навчання	Методи навчання	Форми оцінювання
Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері інноваційної та інвестиційної діяльності, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності	Виконання студентами індивідуального завдання щодо обґрунтування реалізації плану маркетингу як для підприємства комерційної сфери, так і залізничного транспорту	Поточне оцінювання під час практичних занять
Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення	Проблемний виклад матеріалу щодо застосування маркетингових інструментів, самостійна робота з науковими джерелами, вміння самостійно шукати, аналізувати, структурувати та відбирати потрібну інформацію в сфері маркетингу	Поточне оцінювання під час практичних занять
Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними	Виконання студентами індивідуального творчого завдання щодо обґрунтування застосування тих чи інших методів маркетингу	Перевірка ІНДЗ
Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм	Здатність розробляти ефективну маркетингову стратегію та рекламну кампанію як для підприємства комерційної сфери, так і залізничного транспорту	Оцінювання під час групової роботи на семінарських заняттях

Команда викладачів:

Зоріна Олена Іванівна (http://kart.edu.ua/m-ua/zav-kaf-m-ua). Отримала ступінь д.е.н. за спеціальністю 08.00.03 – «Економіка та управління національним господарством» в УкрДУЗТ у 2012 році. 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/