

КАРТА ДИСЦИПЛІНИ (СИЛАБУС)

1) НАЗВА ДИСЦИПЛІНИ: «Інвестиційний маркетинг»	2) Шифр за ОП: OK18
3) Карта дисципліни дійсна протягом навчального року: 2022/2023	
4) Освітній рівень: перший рівень вищої освіти (бакалавр)	
5) Форма навчання: денна/заочна	
6) Галузь знань: 07 УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ	
7) Спеціальність: 075 Маркетинг	
8) Компонента спеціальності: обов'язкова	
9) Семестр: 6	
10) Цикл дисципліни: дисципліна підготовки бакалавр	
11) Викладач (розробник карти): д.ек.н., професор Дименко Р.А.	
12) Мова навчання: українська	
13) Необхідні ввідні дисципліни: (що треба вивчити, щоб слухати цей курс)	
14) Мета курсу: Метою вивчення дисципліни «Інвестиційний маркетинг» є розуміння майбутнім випускником сутності механізму функціонування інвестиційного процесу, логіки маркетингової діяльності та різниці в підходах до планування й оцінки коротко- і довгострокових інвестицій в ринок (маркетингових витрат). В результаті студент повинен розуміти фінансові критерії ефективності маркетингу, вміти здійснювати оцінку ефективності маркетингових витрат, розраховувати короткострокові та довгострокові маркетингові інвестиції, визначити принципи формування інвестиційної стратегії і тактики інвестора.	

15) Результати навчання:

Загально-професійні та спеціальні (фахові) компетентності	Програмні результати навчання
ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК6. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі. СК 15. Здатність прогнозувати перспективи розвитку ринку товарів, зокрема будівельних. СК 16. Здатність розробляти комплекс маркетингу підприємств будівельної галузі.	ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

16) Форми занять та їх тривалість (кількість годин)

Лекція	Практичне заняття	Лабораторні заняття	Курсовий проект/ курсова робота РГР/Контрольна робота	Самостійні робота студента
24/6	22/18	-	Реферат (наукове повідомлення)	44/66

Зміст дисципліни:**ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ І. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.****Тема 1. Суб'єкти й об'єкти інвестиційної діяльності.**

Економічна суть і класифікація інвестицій. Держава як суб'єкт інвестиційної діяльності. Державне регулювання інвестиційної діяльності. Форми участі держави в інвестиційних процесах.. Методи державного регулювання інвестиційного ринку. Методи програмного управління інвестиційними процесами. Методи відбору проектів до державних інвестиційних програм. Підприємства і їх об'єднання. Фінансово-кредитні установи. Функціональні учасники інвестиційного процесу. Основні джерела інвестицій на підприємствах різних форм власності. Основні види інновацій на підприємстві. Роль інвестицій у підвищенні конкурентоспроможності продукції та підприємства. Роль інвестицій у забезпеченні ефективного стратегічного розвитку підприємства та зростання його ринкової вартості. Необхідність, мета, зміст управління інвестиціями на підприємстві. Суб'єкти управління. Планування інвестицій: довгострокове, короткострокове та поточне. Показники стану інвестиційної діяльності на підприємстві: темпи зростання інвестицій, обсяг валового самофінансування, чисті інвестиції. Частка та норма самофінансування.

Тема 2. Методичні основи оцінювання інвестиційної привабливості та потенціалу країни, її регіонів і галузей економіки.

Методика оцінювання інвестиційного потенціалу країни. Методика оцінювання інвестиційної привабливості галузі (регіону). Фактори інвестиційної привабливості регіонів країни. Фактори інвестиційної привабливості галузей економіки.

Тема 3. Управління інвестиційною та інноваційною діяльністю на підприємстві.

Державне регулювання інвестиційної діяльності. Інвестиційна стратегія як система довгострокових цілей інвестиційної діяльності підприємств. Період формування інвестиційної стратегії та факторів. Його визначальні: вид виробленої продукції (засоби виробництва й предмети споживання). Основні етапи розробки інвестиційної стратегії. Стратегічні напрямки: реальні інвестиції та фінансові, галузева концентрація і диверсифікованість інвестиційної діяльності. Вплив розміру підприємства на вибір стратегії інвестування. Стратегія формування інвестицій-них ресурсів. Прогнозування потреби в інвестиціях. Довгостроковий, середньостроковий і річний план інвестицій. Критерії та порядок ранжирування інвестиційних проектів. Безповоротні витрати й вплив на ранжирування варіантів інвестицій. Критерії ранжирування інвестиційних проектів. Якісний аналіз і добір інвестиційних проектів. Формування інвестиційного портфеля підприємства. Вибір джерел фінансування інвестицій. Методи фінансування інвестиційних проектів:

самофінансування, акціонування, кредити, лізинг, змішане фінансування. Мета та форми контролю інвестиційного процесу на підприємстві. Порівняння очікуваних і фактичних результатів інвестиційних проектів. Використання даних контролю для підвищення обґрунтованості планування інвестицій.

Тема 4. Концепція і методичний інструментарій оцінювання вартості грошей у часі.

Методологія простих і складних процентів. Врахування інфляції у грошових потоках. Укрупнені методи, засновані на розрахунку річних (середньорічних) показників. Теперішня і майбутня вартість анuitету. Методи, засновані на розрахунку показників за цикл інвестиційного проекту та дисконтуванні грошових по-токів. Показник чистого поточного доходу (NPV), сутність і порядок розрахунків. Вибір норми дисконту. Показники ефективності: строк окупності (період повернення) інвестицій (PBP), коефіцієнт рентабельності проекту (PI), коефіцієнт внутрішньої рентабельності (IRR). Переваги й недоліки закордонних методів. Модифікований коефіцієнт внутрішньої рентабельності проекту (MIRR). Ризик і методи його обліку в розрахунках ефективності інвестицій.

Тема 5. Організаційно-правові форми регулювання взаємодії учасників інвестиційного процесу.

Основні способи виконання робіт, пов'язаних з реалізацією інвестиційних проектів. Тендери як форма вибору підрядчиків і постачальників на конкурентній основі. Коротка характеристика договорів між учасниками інвестиційного процесу. Фінансове забезпечення інвестиційних проектів.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. ОСНОВНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕАЛЬНОГО ІНВЕСТИВАННЯ.

Тема 6. Теоретичні основи інвестиційної та інноваційної діяльності на підприємстві. Управління передінвестиційною фазою інвестиційного проекту.

Поняття інвестицій. Роль науково-технічного прогресу й інвестицій у підвищенні ефективності суспільного виробництва. Поняття нововведень (інновацій), ефекту й ефективності. Види інновацій. Економічний, соціальний, екологічний, науково-технічний, ресурсний ефект нової техніки. Життєвий цикл інвестиційного проекту. Процеси прийняття рішення про реалізацію проекту. Попередня експертиза інвестиційного проекту. Структура бізнес-плану інвестиційного проекту.

Тема 7. Методи визначення ефективності інвестицій.

Поняття загальної й порівняльної ефективності капітальних вкладень. Показники загальної ефективності капітальних вкладень на рівні держави та підприємства. Критерій приведених витрат: економічна сутність у сфері застосування. Показники річного й інтегрального економічних ефектів. Показники порівняльної ефективності капітальних вкладень: капітальні та поточні витрати, строк окупності капітальних вкладень, коефіцієнти ефективності. Основні положення методичних рекомендацій з комплексної оцінки ефективності заходів, спрямованих на прискорення НТП. Порядок врахування фактора часу в розрахунках ефективності капітальних вкладень. Розрахунок супутніх результатів соціальних і екологічних. Оцінка фактора невизначеності.

Тема 8. Оцінювання економічної ефективності інвестиційного проекту.

Види ефектів від реалізації інвестиційного проекту. Показники економічної ефективності інвестиційного проекту. Прогнозування параметрів при оцінюванні економічної

ефективності інвестиційного проекту. Методи оцінювання ризиків інвестиційного проекту.

Тема 9. Порівняльна ефективність реальних інвестицій.

Сутність оцінки порівняльної ефективності альтернативних інвестиційних проектів. Основні способи попереднього приведення порівнюваних варіантів у порівняльний вид за обсягом і якістю виробленої продукції (робіт). Коефіцієнт приведення різночасних витрат і результатів. Порядок вибору бази порівняння. Поняття безповоротних витрат і їхній вплив на вибір кращого варіанта. Принцип розгляду максимального числа альтернативних варіантів інвестицій. Необхідність і порядок обліку фактора невизначеності.

Тема 10. Оцінка ефективності освоєння випуску нової продукції.

Порядок розрахунку інтегрального ефекту освоєння нової продукції, реалізованої на внутрішньому ринку. Особливості визначення інтегрального ефекту при реалізації продукції на зовнішньому ринку. Методи оцінки собівартості продукції, що розробляється. Коефіцієнт ефективності та період повернення одноразових витрат: порядок розрахунку та економічна сутність.

Тема 11. Порядок врахування ризику при оцінці інвестиційних проектів.

Ризики систематичні і несистематичні. Облік ризику за допомогою коректування величини норми дисконтування. Методи, засновані на розрахунку величини стандартного відхилення і коефіцієнта варіації. Оцінка стійкості проекту. Способи зниження ризику. Основні підходи до оцінки ефективності інвестиційних проектів в умовах високих темпів інфляції.

Тема 12. Проектування і ціноутворення у сфері інвестиційної діяльності.

Основні положення з проектування підприємств, будівель і споруд. Особливості ціноутворення в інвестиційній сфері України. Кошторисна документація в будівництві.

Тема 13. Інвестиційний маркетинг: прийоми і методи реалізації у фінансовій політиці організацій. Використання маркетингу в інвестиційній діяльності підприємства будівельної галузі.

Тематика наукових повідомлень

1. Вплив маркетингових інвестицій на вартість підприємства
2. Вплив стратегії маркетингу продукту на ринок капіталу
3. Управління бюджетом маркетингу в умовах обмежених витрат
4. Взаємовідносини маркетингової стратегії та ефективності
5. Стратегічні моделі маркетингу та результативність
6. Ринкові активи. Створення вартості за допомогою маркетингових інвестицій
7. Задоволеність клієнтів і цінність для акціонерів
8. Сприйняття бренду та ринок звичайних акцій
9. Інтенсивність маркетингу в умовах фінансових обмежень
10. Ціннісна релевантність ставлення до бренду на ринку будівельних матеріалів
11. Вплив задоволеності клієнтів на співвідношення між прибутками та вартістю підприємства.

17. Розподіл балів, які отримують студенти

Поточний контроль												Залік
Тема 1	Тема 2	Тема 3	Тема 4	Тема 5	Тема 6	Тема 7	Тема 8	Тема 9	Тема 10	Тема 11	Тема 12	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90–100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов’язковим повторним вивченням дисципліни

Рекомендована література

1. Богуцька О.А., Брюховецький Я.С. Оцінка рівня інвестиційно-інноваційної активності у взаємозв'язку з політикою інтелектуалізації та мотивації праці персоналу промислових підприємств. Вісник економічної науки України. 2017. №1. С. 19-25.
2. Брюховецька Н.Ю., Буляєв І.П. Ресурси і механізми інвестиційно-інноваційного розвитку промислових підприємств України. Вісник економічної науки України. 2019. №1. С. 11-25.
3. Гриценко С.И. Использование маркетинговых стратегий по привлечению инвестиций в Донецком регионе. Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект: сб. науч. тр. Донецк: ДонНУ, 2014. Т. 2. С.83-87.
4. Гриценко С.І. Можливості маркетингу та логістики в сталому розвитку регіонів України. Вісник економічної науки України. 2017. №1. С. 36-39.
5. Гриценко С.І. Роль маркетингової логістики в сервісній діяльності компанії. Розвиток маркетингу в умовах інформатизації суспільства: монографія. Київ: КНЕУ ім. Вадима Гетьмана, 2019. 463 с. (С. 329-341).
6. Гулькова, Е. Л. Влияние маркетинговой политики на результаты финансовой деятельности предприятия / Е. Л. Гулькова, А. Д. Волкова // Вестник университета. 2015. № 5. С. 100–105.
7. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 1 / Відп. ред. С.В. Мочерний. Київ: Видавничий центр «Академія», 2000. 864 с.
8. Котлер Ф., Картаджайя Х., Янг Д. Привлечение инвесторов: Маркетинговый подход к поиску источников финансирования. Москва: Альпина Бизнес Букс, 2009. 194 с.
9. Кочкина, Н. В. Эффективность методов управления проектами [Электронный ресурс] / Н. В. Кочкина // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2015. № 4.
10. Кучер А.В. Методичні засади оцінювання інвестиційної привабливості землекористувань аграрних підприємств. Вісник економічної науки України. 2018. №1. С. 77-85.
11. Майорова І. М. Логістика в міжнародному бізнесі : монографія / Держ. вищ. навч. закл. «Приазов. держ. техн. ун-т» (ДВНЗ «ПДТУ»). Маріуполь: Вид.-полігр. центр ДВНЗ «ПДТУ», 2012. 389 с.
12. Мидлер, Е. А. Маркетинг территорий в управлении пространственным развитием регионов: состояние, конкурентный подход, инструменты [Электронный ресурс] / Е. А. Мидлер, Н. М. Ованесян // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2015. № 3.
13. Носова О.В. Влияние притока прямых иностранных инвестиций на экономический рост. Вісник економічної науки України. 2016. №1. С. 201-207.
14. Основи інвестиційно-інноваційної діяльності / за наук. ред. В.Г. Федоренка. Київ: Алерта, 2004. 431 с.
15. Петухова О.М. Інвестування. Київ: «Центр учбової літератури», 2014. 336 с
16. Прохоров, А. Ю. Оценка эффективности маркетинговых инвестиций [Электронный ресурс] / А. Ю. Прохоров, В. Ю. Прохоров // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2015. № 4.

20) Робоче навантаження студента, необхідне для досягнення результатів навчання		
№	Форма занять	Кількість годин аудиторні/ СРС
1.	Лекція	24/6
2.	Практичне заняття	22/18
3.	Лабораторні заняття	-
4.	КП/КР/РГР/ Контр.роб.	
5.	Форма контролю	Залік
	Всього годин	90/90
22) Сума всіх годин:		90
23) Загальна кількість кредитів ECTS		3
24) Кількість годин (кредитів ECTS) аудиторного навантаження:		46/24
25) Кількість необхідних годин (кредитів ECTS) СРС для забезпечення аудиторного навантаження:		44/66
26) Кількість годин (кредитів ECTS) СРС , забезпечених навчальним планом:		90/90
27) Примітки:		

Затверджено:

.....
(дата і підпис розробника)

.....
(підпис завідувача кафедри)