



«Затверджую»

Завідувач кафедри

 / Петро ЗАХАРЧЕНКО /
"31" серпня 2022 року

Розробник силабуса

 / Руслан ДИМЕНКО /



СИЛАБУС

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ

1) Шифр за освітньою програмою: ВК				
2) Навчальний рік: 2022/2023				
3) Освітній рівень: перший рівень вищої освіти (бакалавр)				
4) Форма навчання: денна, заочна, дуальна, дистанційна, змішана				
5) Галузь знань: 07 УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ				
6) Спеціальність, освітня програма: 075 Маркетинг				
7) Статус освітньої компоненти: вибіркова				
8) Семестр: VI				
9) Контактні дані викладача: професор, доктор економічних наук ДИМЕНКО Руслан Анатолійович dymenko.ra@knuba.edu.ua				
10) Мова викладання: українська				
11) Пререквізити: «Основи підприємництва», «Основи економічної теорії», «Основи маркетингу», «Маркетинг», Економіка підприємства», «Економіко-математичне моделювання», «Мікроекономіка»				
12) 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.				
13) Результати навчання:				
	Програмний результат навчання	Метод перевірки навчального ефекту	Форма проведення занять	Посилання на програмні компетентності
ПРН 3	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.	Обговорення під час занять, тематичне дослідження	Лекції, практичні заняття	ЗК13

ПРН 4	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.	Обговорення під час занять, тематичне дослідження	Лекції, практичні заняття	ЗК9, ФК7
ПРН 5	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.	Обговорення під час занять, тематичне дослідження	Лекції, практичні заняття	ЗК3, ЗК6, ФК7
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.	Обговорення під час занять, тематичне дослідження	Лекції, практичні заняття	ЗК3, ЗК6, ФК7
ПРН 8	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.	Обговорення під час занять, тематичне дослідження	Лекції, практичні заняття	ЗК3, ЗК6, ФК13
ПРН 9	Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.	Обговорення під час занять, тематичне дослідження	Лекції, практичні заняття	ЗК6, ФК8, ФК13
ПРН 12	Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.	Обговорення під час занять, тематичне дослідження	Лекції, практичні заняття	ЗК14
ПРН 13	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.	Обговорення під час занять, тематичне дослідження	Лекції, практичні заняття	ЗК5, ФК8

14) Форми занять та їх тривалість (кількість годин)

Лекція	Практичне заняття	Лабораторні заняття	Курсовий проект/ курсова робота РГР/Контрольна робота	Самостійна робота	Форма підсумкового контролю
24 (6)	22 (18)	–	Індивідуальне завдання	44 (66)	Залік
Сума годин				90	
Загальна кількість кредитів ECTS				3	
Кількість годин (кредитів ECTS) аудиторного навантаження				46 (1,5)	

15) Зміст курсу: (окремо для кожної форми занять – Л/Пр/Лаб/ КР/СРС)

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I. 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 ІНВЕСТУВАННЯ.

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 ІНДИВІДУАЛЬНОГО ЗАВДАННЯ

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
Вплив задоволеності клієнтів на співвідношення між прибутками та вартістю підприємства.

16) Основна література:

1. Артем'єва О.А. Фінансовий маркетинг: теорія і практика: підручник / О. А. Артем'єва [и др.]; під заг. ред. С. В. Коропової, 2018. 287 с.
2. 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.
3. Брюховецька Н.Ю., Булеєв І.П. Ресурси і механізми інвестиційно-інноваційного розвитку промислових підприємств України. Вісник економічної науки України. 2019. №1. С. 11-25.
4. Гриценко С.І. Можливості маркетингу та логістики в сталому розвитку регіонів України. Вісник економічної науки України. 2017. №1. С. 36-39.
5. Кучер А.В. Методичні засади оцінювання інвестиційної привабливості підприємств. Вісник економічної науки України. 2018. №1. С. 77-85.
6. 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», 2017. 389 с.

7. «4Р» маркетингу страхових компаній : монографія / Т. А. Васильєва, С. М. Козьменко, О. В. Козьменко. Суми : Університетська книга, 2016. 432 с.

17) Додаткові джерела:

1. Прохоров, А. Ю. Оценка эффективности маркетинговых инвестиций [Электронный ресурс] / А. Ю. Прохоров, В. Ю. Прохоров // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2015. № 4
2. 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.

18) Система оцінювання навчальних досягнень (розподіл балів)

<i>Поточний контроль</i>		<i>Індивідуальне завдання</i>	<i>Залік</i>	<i>РАЗОМ</i>
<i>Модуль 1</i>	<i>Модуль 2</i>			
25	25	10	40	100

19) Умови допуску до підсумкового контролю:

Здобувачу, який має підсумкову оцінку за дисципліну від 35 до 59 балів, призначається додаткова залікова сесія. В цьому разі він повинен виконати додаткові завдання, визначені викладачем.

Здобувач, який не виконав вимог робочої програми по змістових модулях, не допускається до складання підсумкового контролю. В цьому разі він повинен виконати визначене викладачем додаткове завдання по змісту відповідних змістових модулів в період між основною та додатковою сесіями.

Здобувач має право на опротестування результатів контролю (апеляцію). Правила подання та розгляду апеляції визначені внутрішніми документами КНУБА, які розміщені на сайті КНУБА та зміст яких доводиться Здобувачам до початку вивчення дисципліни.

20) Політика щодо академічної доброчесності:

Тексти індивідуальних завдань (в т.ч. у разі, коли вони виконуються у формі презентацій або в інших формах) можуть перевірятись на плагіат. Для цілей захисту індивідуального завдання оригінальність тексту має складати не менше 70%. Виключення становлять випадки зарахування публікацій Здобувачів у матеріалах наукових конференціях та інших наукових збірниках, які вже пройшли перевірку на плагіат.

Списування під час тестування та інших опитувань, які проводяться у письмовій формі, заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). У разі виявлення фактів списування з боку здобувача він отримує інше завдання. У разі повторного виявлення призначається додаткове заняття для проходження тестування.

21) Посилання на сторінку електронного навчально-методичного комплексу дисципліни: org2.knuba.edu.ua