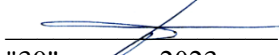
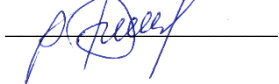


«Затверджую»

Завідувач кафедри

 / Петро ЗАХАРЧЕНКО /  
"30" серпня 2023 року

Розробник силабуса

 / Руслан ДИМЕНКО /



## СИЛАБУС

# ІНВЕСТИЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ

<b>1) Шифр за освітньою програмою:</b> ВК				
<b>2) Навчальний рік:</b> 2023/2024				
<b>3) Освітній рівень:</b> перший рівень вищої освіти (бакалавр)				
<b>4) Форма навчання:</b> денна, дуальна, дистанційна				
<b>5) Галузь знань:</b> 07 УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ				
<b>6) Спеціальність, освітня програма:</b> 075 Маркетинг				
<b>7) Статус освітньої компоненти:</b> вибіркова				
<b>8) Семестр:</b> VI				
<b>9) Контактні дані викладача:</b> професор, доктор економічних наук ДИМЕНКО Руслан Анатолійович dymenko.ra@knuba.edu.ua				
<b>10) Мова викладання:</b> українська				
<b>11) Пререквізити:</b> «Маркетинг», «Соціально-відповідальний маркетинг», «Інтернет-маркетинг», «Інформаційні системи маркетингу», «Економіко-математичне моделювання»				
<b>12) Мета курсу:</b> 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).				
<b>13) Результати навчання:</b>				
	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	ЗК04 ЗК05 ФК05 ФК09
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	ЗК03 ЗК09 ФК09 ФК12
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	ЗК06 СК12 ФК09 ФК11

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	ЗК10 ЗК12 ФК05 ФК09
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	ЗК07 СК02 ФК09 ФК10 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	ЗК06 СК12 ФК09 ФК12 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	ЗК10 ЗК12 ФК05 ФК09

**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
16 (-)	14 (-)	–	–	60 (-)	Залік
Сума годин				90	
Загальна кількість кредитів ECTS				3	
Кількість годин (кредитів ECTS) аудиторного навантаження				30 (1,0)	

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

**ТЕМАТИКА ЛЕКЦІЙНИХ ЗАНЯТЬ**

**Тема 1. Інвестиції та інвестиційна діяльність в інвестиційному маркетингу.** Поняття інвестиційного маркетингу та його основні аспекти. Сутність, цілі та завдання маркетингу інвестицій. Принципи, функції та методи маркетингу інвестицій

**Тема 2. Маркетинг у галузі залучення інвестицій. Окупність інвестицій у маркетинг**

**Тема 3. Інвестиційний маркетинг: прийоми і методи реалізації у фінансовій політиці організацій.**

**Тема 4. Прийоми та методи реалізації інвестиційного маркетингу у фінансовій політиці організацій**

**Тема 5. Оцінювання економічної ефективності інвестиційного проекту.** Порівняльна ефективність реальних інвестицій. Оцінка ефективності освоєння випуску нової продукції.

**Тема 6. Принципи інвестиційного маркетингу у будівельній галузі. Використання маркетингу в інвестиційній діяльності підприємства будівельної галузі.**

**Тема 7. Лізинг та франчайзинг, як види інвестиційної діяльності в інвестиційному маркетингу**

**Тема 8. Фінансування впровадження інноваційних продуктів із використанням технологій краудфандингу.**

**Тема 9. Соціальні інвестиції.**

### **ТЕМАТИКА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ**

**Тема 1. Інвестиції та інвестиційна діяльність в інвестиційному маркетингу.** Поняття інвестиційного маркетингу та його основні аспекти. Сутність, цілі та завдання маркетингу інвестицій. Принципи, функції та методи маркетингу інвестицій

**Тема 2. Маркетинг у галузі залучення інвестицій. Окупність інвестицій у маркетинг**

**Тема 3. Інвестиційний маркетинг: прийоми і методи реалізації у фінансовій політиці організацій.**

**Тема 4. Прийоми та методи реалізації інвестиційного маркетингу у фінансовій політиці організацій**

**Тема 5. Оцінювання економічної ефективності інвестиційного проекту.** Порівняльна ефективність реальних інвестицій. Оцінка ефективності освоєння випуску нової продукції.

**Тема 6. Принципи інвестиційного маркетингу у будівельній галузі. Використання маркетингу в інвестиційній діяльності підприємства будівельної галузі.**

**Тема 7. Лізинг та франчайзинг, як види інвестиційної діяльності в інвестиційному маркетингу**

**Тема 8. Фінансування впровадження інноваційних продуктів із використанням технологій краудфандингу.**

**Тема 9. Соціальні інвестиції.**

### **ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ**

Індивідуальне завдання може бути виконане у різних формах. Зокрема, студенти можуть зробити його у вигляді наукового повідомлення (реферату). Реферат повинен мати обсяг від 18 до 24 сторінок А4 тексту (кегель Times New Roman, шрифт 14, інтервал 1,5), включати план, структуру основної частини тексту відповідно до плану, висновки і список літератури, складений відповідно до ДСТУ 8302:2015. В рефераті можна також помістити словник базових понять до теми. Водночас індивідуальне завдання може бути виконане в інших формах, наприклад, у вигляді дидактичного проекту, у формі презентації у форматі Power Point. В цьому разі обсяг роботи визначається індивідуально – залежно від теми.

Література, що рекомендується для виконання індивідуального завдання, наведена у цій робочій програмі, а в електронному вигляді вона розміщена на Освітньому сайті КНУБА, на сторінці кафедри.

#### **Орієнтовна 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

### 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. 2018. №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», 2018. 389 с.
7. «4Р» маркетингу страхових компаній : монографія / Т. А. Васильєва, С. М. Козьменко, О. В. Козьменко. Суми : Університетська книга, 2019. 432 с.

### 17) Система оцінювання навчальних досягнень (розподіл балів)

Поточний контроль									Індиві- дуальне завдання	Залік
Тема 1	Тема 2	Тема 3	Тема 4	Тема 5	Тема 6	Тема 7	Тема 8	Тема 9		
6	6	6	6	6	6	6	6	6	10	36

### 18) 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.

### 19) 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.

### 20) Посилання на сторінку електронного навчально-методичного комплексу дисципліни: [org2.knuba.edu.ua](http://org2.knuba.edu.ua)