

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ У ЛАНЦЮГАХ СТВОРЕННЯ ВАРТОСТІ»



Ступінь освіти	Перший (бакалаврський)
Освітня програма	Маркетинг
Загальний обсяг	6 кредитів ЄКТС
Тривалість викладання	8-й семестр 2019-2023 н.р.
Обсяг навчальних занять у т.ч. аудиторні заняття на тиждень	180 годин 6 години на тиждень
лекції	3 години
практичні	3 години
Мова викладання	українська

Кафедра, що викладає: Маркетингу

Сторінка курсу в ДО НТУ «ДП»:

<https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=3679>

Консультації: за окремим розкладом, погодженим зі здобувачами вищої освіти

Онлайн-консультації: Microsoft Teams – група «Маркетинг у ланцюгах створення вартості»



Інформація про викладача:

Палехова Людмила Львівна

Професор кафедри маркетингу, кандидат економічних наук, доцент

Персональна сторінка

<https://mk.nmu.org.ua/ua/kaff/palekhova.php>

E-mail: Paliekhova.L.L@nmu.one

1 Анотація до курсу

Маркетинг у ланцюгах створення вартості – висвітлює основні принципи та методичні засади маркетингового управління сталим розвитком підприємств, що пов'язані у ланцюги створення вартості. Особлива увага приділяється питанням розробці програм просування продуктів та підприємства у ланцюгах створення вартості, а також використання добровільних стандартів сталого розвитку у пов'язаних галузях виробничої діяльності.

2 Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою навчальної дисципліни «Маркетинг у ланцюгах створення вартості» є формування у здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти компетентностей щодо маркетингового управління розвитком комерційного підприємства у ланцюгах створення вартості.

Завдання курсу:

– *Ознайомити* здобувачів вищої освіти з циркулярної економіки, особливостями комплексу маркетингу в управлінні розвитком підприємства на принципах ресурсного замкнутого циклу.

– *Розглянути* методологічні засади з проведення маркетингових досліджень у ланцюгах створення вартості, визначення маркетингових факторів та з'ясування управлінської та маркетингової проблеми сталого розвитку у ланцюгах створення вартості.

– *Вивчити* специфічні методики та інструменти маркетингу для розробки комплексу маркетингу у ланцюгах створення вартості, а також розробляти маркетингові програми нарощування потенціалу сталості підприємства та ланцюгів створення вартості.

– *Сформувати навички* з використання добровільних стандартів сталого розвитку у ланцюгах створення вартості, розробки програм позиціонування та просування у ланцюгах створення вартості.

Результати навчання:

– *Знати* основні категорії та концепції маркетингу у ланцюгах створення вартості; складові комплексу маркетингу та основні завдання маркетингового управління розвитком підприємства у ланцюгах створення вартості.

– *Вміти* розробляти програму проведення маркетингових досліджень у ланцюгах створення вартості, визначати зовнішні та внутрішні маркетингові фактори, встановлювати управлінські та маркетингові проблеми сталого розвитку у ланцюгу створення вартості.

– *Вміти* застосовувати специфічні методи дослідження комплексу маркетингу у ланцюгах створення вартості, у тому числі аналізувати маркетинговий зміст продукту та справедливість ціни, розробляти програми нарощування потенціалу сталості підприємства та ланцюгів створення вартості.

– *Демонструвати* навички з використання добровільних стандартів сталого розвитку у ланцюгах створення вартості у позиціонуванні та просування у ланцюгах створення вартості.

– *Вміти* проводити дослідження конкурентних переваг та демонструвати навички з розробки маркетингових програм з підвищення конкурентоспроможності підприємства у ланцюгах створення вартості.

3 Структура курсу

ЛЕКЦІЇ

1. Сутність та завдання маркетингу у ланцюгах створення вартості.
2. Маркетингове управління сталістю у ланцюгах створення вартості.
3. Комплекс маркетингу у ланцюгах створення вартості.
4. Маркетингове дослідження ланцюгів створення вартості.
5. Маркетинговий економічний аналіз ланцюгів створення вартості.
6. Метод LCA в маркетинговому управлінні у ланцюгах створення вартості.
7. Добровільні стандарти управління в ланцюгах створення вартості.

ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ

1. Круглий стіл: Використання концепції ланцюгів створення вартості в маркетингу підприємства.
2. Ситуаційна вправа: Визначення місії, бачення та стратегії з урахуванням узгоджених цінностей.
3. Ділова гра: Визначення ланцюгу / мережі життєвого циклу продукту.
4. Ситуаційна вправа: Діагностики ланцюга вартості для розробки програми просування певного продукту.
5. Брейнстормінг: Визначення стратегічного бачення та стратегічних цілей підприємства у ланцюгу створення вартості .
6. Групова дискусія: Обґрунтування блоків маркетингового аналізу ланцюгу створення вартості.
7. Ситуаційна вправа: Розробка карти суб'єктів та потоків продуктів у ланцюгу створення вартості.
8. Групова дискусія: Оцінка маркетингового управління та економічних зв'язків у ланцюгу створення вартості.
9. Ситуаційна вправа: Дослідження життєвого циклу продукту за методом LCA.
10. Конференція: Застосування стандартів управління сталістю в ланцюгах створення вартості.

5 Технічне обладнання та/або програмне забезпечення

На навчальних заняттях студенти повинні мати: гаджети з можливістю підключення до Інтернету; перевірений доступ до застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; Zoom; інстальований на ПК та /або мобільних гаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point); активований акаунт університетської пошти (student.i.p.@nmu.one) на Офіс365 На практичних заняттях необхідно мати засоби для автоматизації математичного обчислення (калькулятори або інше).

6 Оцінювання результатів навчання

Сертифікація досягнень здобувачів здійснюється за допомогою прозорих процедур, що ґрунтуються на об'єктивних критеріях відповідно до Положення університету «Про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти».

Досягнутий рівень компетентностей відносно очікуваних, що ідентифікований під час контрольних заходів, відображає реальний результат навчання здобувача за дисципліною.

6.1. Шкали

Оцінювання навчальних досягнень студентів НТУ «ДП» здійснюється за рейтинговою (100-бальною) та інституційною шкалами. Остання необхідна (за офіційною відсутністю національної шкали) для конвертації (переведення) оцінок здобувачів вищої освіти різних закладів.

Шкали оцінювання навчальних досягнень студентів НТУ «ДП»

Рейтингова	Інституційна
90...100	відмінно / Excellent
74...89	добре / Good
60...73	задовільно / Satisfactory
0...59	незадовільно / Fail

Кредити навчальної дисципліни зараховується, якщо студент отримав підсумкову оцінку не менше 60-ти балів. Нижча оцінка вважається академічною заборгованістю, що підлягає ліквідації відповідно до Положення про організацію освітнього процесу НТУ «ДП».

6.2. Засоби та процедури

Зміст засобів діагностики спрямовано на контроль рівня сформованості знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності здобувача за вимогами НРК до 7-го кваліфікаційного рівня під час демонстрації регламентованих робочою програмою результатів навчання.

Здобувач на контрольних заходах має виконувати завдання, орієнтовані виключно на демонстрацію дисциплінарних результатів навчання (розділ 2).

Засоби діагностики, що надаються здобувачам на контрольних заходах у вигляді завдань для поточного та підсумкового контролю, формуються шляхом конкретизації вихідних даних та способу демонстрації дисциплінарних результатів навчання. Засоби діагностики (контрольні завдання) для поточного та підсумкового контролю дисципліни затверджуються кафедрою.

Види засобів діагностики та процедур оцінювання для поточного та підсумкового контролю дисципліни подано нижче.

Засоби діагностики та процедури оцінювання

ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ			ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	
навчальне заняття	засоби діагностики	процедури	засоби діагностики	процедури
лекції	контрольні завдання за кожною темою	-	комплексна контрольна робота	визначення середньозваженого результату поточних

практичні	контрольні завдання за кожною темою	виконання завдань під час практичних занять	(ККР)	контролів; залік
	індивідуальне завдання	виконання завдань під час самостійної роботи		

Під час поточного контролю практичних занять оцінюються шляхом визначення якості виконання контрольних конкретизованих завдань. Також практичні завдання оцінюються якістю виконання індивідуального самостійного завдання.

Якщо зміст певного виду занять підпорядковано декільком складовим, то інтегральне значення оцінки може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюються викладачем.

За наявності рівня результатів поточних контролів з усіх видів навчальних занять не менше 60 балів, підсумковий контроль здійснюється без участі здобувача шляхом визначення середньозваженого значення поточних оцінок.

Незалежно від результатів поточного контролю кожен здобувач під час екзамену має право виконувати ККР, яка містить завдання, що охоплюють ключові дисциплінарні результати навчання. Кількість конкретизованих завдань ККР повинна відповідати відведеному часу на виконання. Кількість варіантів ККР має забезпечити індивідуалізацію завдання.

Значення оцінки за виконання ККР визначається середньою оцінкою складових (конкретизованих завдань) і є остаточним.

Інтегральне значення оцінки виконання ККР може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюється кафедрою для кожної складової опису кваліфікаційного рівня НРК.

Для заочної форми навчання передбачено проведення занять з викладачем відповідно розкладу, що розміщено на сайті університету розміщено. Завдання для виконання контрольної роботи визначені на сторінці курсу на платформі Moodle. Виконані контрольні роботи завдання здаються за 2 тижні до початку сесії згідно графіку навчального процесу. Підсумкова оцінка за дисципліну дорівнює середньому суми оцінок за контрольну роботу, аудиторні заняття та залікову роботу.

7 Політика курсу

7.1 Політика щодо академічної доброчесності

Академічна доброчесність здобувачів вищої освіти є важливою умовою для опанування результатами навчання за дисципліною і отримання задовільної оцінки з поточного та підсумкового контролів. Академічна доброчесність базується на засудженні практик списування (виконання письмових робіт із залученням зовнішніх джерел інформації, крім дозволених для використання), плагіату (відтворення опублікованих текстів інших авторів без зазначення авторства), фабрикації (вигадування даних чи фактів, що використовуються в освітньому процесі). Політика щодо академічної доброчесності

регламентується «Положенням про систему запобігання та виявлення плагіату у Національному технічному університеті «Дніпровська політехніка»», http://www.nmu.org.ua/ua/content/activity/us_documents/System_of_prevention_and_detection_of_plagiarism.pdf та Кодексу академічної доброчесності Національного технічного університету «Дніпровська політехніка», https://www.nmu.org.ua/ua/content/activity/us_documents/Code%20of%20Academic%20Integrity.pdf. У разі порушення здобувачем вищої освіти академічної доброчесності (списування, плагіат, фабрикація), робота оцінюється незадовільно та має бути виконана повторно. При цьому викладач залишає за собою право змінити тему завдання.

7.2 Комунікаційна політика

Здобувачі вищої освіти повинні мати активовану університетську пошту. Обов'язком здобувача вищої освіти є перевірка один раз на день (щодня) поштової скриньки на Офіс365 та відвідування групи у Telegram-каналі. Рекомендуємо створити профілі та підписатися на сторінки кафедри маркетингу в соціальних мережах Facebook, Instagram. Протягом тижнів самостійної роботи обов'язком здобувача вищої освіти є робота з дистанційним курсом «Маркетинг у ланцюгах створення вартості» (www.do.nmu.org.ua). Усі письмові запитання до викладачів стосовно курсу мають надсилатися на університетську електронну пошту.

7.3 Політика щодо перескладання

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

7.4 Відвідування занять

Для здобувачів вищої освіти денної форми відвідування занять є обов'язковим. Поважними причинами для неявки на заняття є хвороба, участь в університетських заходах, відрадження, які необхідно підтверджувати документами у разі тривалої (два тижні) відсутності. Лекційні та практичні заняття не проводяться повторно, оцінки з поточного контролю неможливо отримати під час консультації.

7.5 Політика щодо оскарження оцінювання

Якщо здобувач вищої освіти не згоден з оцінюванням його знань він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку.

7.6 Бонуси

Здобувачі вищої освіти, які регулярно відвідували лекції (мають не більше двох пропусків без поважних причин) та приймають участь у конференціях, конкурсах, що стосуються питань навчального модулю, мають право на додаткові 2 бали до результатів оцінювання до підсумкової оцінки.

7.7 Участь в анкетуванні

Наприкінці вивчення курсу та перед початком сесії здобувачу вищої освіти буде запропоновано анонімно заповнити електронні анкети, що розміщено на сайті кафедри маркетингу: <https://forms.office.com/Pages/ResponsePage.aspx?id=p4K7bIuPIU6JIujdHwPmNsb>

MRMqEYNtIpXFCoj4k6U9UNTJNUIFEMjUwTDZYNVpBUFo0T1dUNkhESi4u та у Microsoft Forms Office 365, які буде розіслано на Ваші університетські поштові скриньки. Заповнення анкет є важливою складовою Вашої навчальної активності, що дозволить оцінити дієвість застосованих методів викладання та урахувати Ваші пропозиції стосовно покращення змісту навчальної дисципліни.

8 Методи навчання

Лекційні заняття мають інтерактивний, науково-пізнавальний характер. Застосовуються такі види та технології проведення лекцій, як вступна лекція, проблемна лекція, лекція-конференція та лекція-дискусія. На початку лекційного заняття викладач проводить експрес-опитування для з'ясування рівня засвоєння знань з попередніх тем. На практичних заняттях застосовуються такі методи активного навчання, як круглий стіл, ситуаційна гра, ділова гра, групова дискусія, конференція. Усі практичні заняття проводяться з використанням кейсів по матеріалам відомих українських підприємств. Пояснення та вихідні дані для проведення самостійних і практичних (класних) робіт наведені у Методичні вказівках щодо виконання самостійних з дисципліни «Маркетингові інструменти в циркулярній економіці» (див. Палехова Л.Л., 2021).

7. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення

На навчальних заняттях студенти повинні мати: гаджети з можливістю підключення до Інтернету; перевірений доступ до застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; Zoom; інстальований на ПК та /або мобільних гаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point); активований акаунт університетської пошти (student.i.p.@nmu.one) на Офіс365. На практичних заняттях необхідно мати засоби для автоматизації математичного обчислення (калькулятори або інше).

8 Рекомендовані джерела інформації

Основні

1. Крикавський Є. В Маркетинг та менеджмент: навчальний посібник / Є. В. Крикавський, Т. І. Данько, Н. Б. Ярошевич. Львівська політехніка. 2016. 96 с.
2. Палехова Л. Л. Управління сталим розвитком: довідник базових понять. Дніпро: НТУ «Дніпровська Політехніка», 2020. 332 с.
3. Рогач О. Теорія міжнародного бізнесу: підручник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів. К. : ВПЦ «Київський університет. 2018.
4. Porter Michael E. Competitive Advantage. 1985.. The Free Press. New York.

Додаткові

5. Крикавський Є.В., Патора-Висоцька Зофія. Ланцюг вартості портера (конструкція, деконструкція, реконструкція) та управління за цінностями. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2015. № 2. С. 122-133.

6. Палехова Л. Л. Проблема интеграции в глобальные цепочки создания стоимости. Управление устойчивым развитием в условиях переходной экономики: монография. 2-е изд. Ред. М. Шмидт и др. Днепропетровск-Коттбус, 2016. С. 315-324.

7. Хансманн Б., Палехов Д. Задачи и функции добровольных стандартов устойчивого развития в глобальных цепочках формирования стоимости. Управление устойчивым развитием в условиях переходной экономики: монография. 2-е изд., перераб. и доп. Ред. М. Шмидт и др. Днепропетровск-Коттбус, 2016. С. 14-24.

8. ESCAP (2015): Asia-pacific Trade and Investment Report. Supporting Participation in Value Chains, ESCAP 2015. United Nations. 211 p. URL: <http://www.unescap.org/sites/default/files/Full%20Report%20-%20APTIR%202015.pdf>

9. Interconnected Economies: Benefiting from Global Value Chains. Synthesis report, 2013. Organisation for Economic Cooperation and Development. URL: <http://www.oecd.org/sti/ind/interconnected-economies-GVCs-synthesis.pdf> (date of access: 28.04.2020).

10. Palekhov D., Palekhova L. (2019) Responsible Mining: Challenges, Perspectives and Approaches. In: Giovannucci D., Hansmann B., Palekhov D., Schmidt M. (Eds.). Sustainable Global Value Chains. Natural Resource Management in Transition. Vol. 2. Springer-Verlag, Berlin Heidelberg. P. 521 -544. 24 стр. DOI: 10.1007/978-3-319-14877-9_28

11. Palekhov D., Hansmann B. (2016). Functions of voluntary sustainability standards in the global value chains. Scientific Bulletin of National Mining University. № 2, January 2016. PP. 157-161

12. Palekhov D., Palekhova L. Environmental sustainability in achieving the sustainable production and consumption: challenges of a Post-Soviet transition economy. In: Transposition of the Acquis Communautaire – Migration and Environment. Umweltrecht in Forschung und Praxis 66. Verlag Dr. Kováč, Hamburg. 2021. PP. 60-87. URL: <https://www.verlagdrkovac.de/978-3-339-11536-2.htm>.

13. Palekhov D., Palekhova L. (2018) Methodical approaches to increasing the energy efficiency of global value chains. In: Naukovyi Visnyk NHU. № 6. ДВНЗ «НГУ». ISSN 2071-2227. DOI: 10.29202/nvngu/2018/22 URL: http://nvngu.in.ua/jdownloads/pdf/2018/06/06_2018_Palekhov.pdf

14. Paliekhova L. From supply chains to value chains: sustainability management. In: Sustainability in the industrial sector: Proceedings of the Study Seminar at NTU Dnipro Polytechnic - BTU Cottbus-Senftenberg, 24th Dec. 2020 - 18th Jan. 2021. Ed.: Shvets V., Paliekhova L. Dnipro-Cottbus: Accent, 2021. PP. 33-40

15. Value chain diagnostics for industrial development Building blocks for a

holistic and rapid analytical tool. UNIDO Working Paper. Vienna.2009.

16. World Bank Group (2020). Trading for development in the Global Value Chains. International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank. DC 20433. Washington, USA. 293 p. URL: <https://www.worldbank.org/en/publication/wdr2020>.

Методичні

17. Палехова Л. Л. Навчально-методичний посібник з вивчення дисципліни «Маркетинг у ланцюгах створення вартості» для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «Бакалавр» зі спеціальності 075 Маркетинг. Дніпро: Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка», 2021. 58 с.

18. Палехова Л. Л. Методичні вказівки до виконання контрольної роботи з дисципліни «Маркетинг у ланцюгах створення вартості» для студентів заочної форми навчання освітньо-кваліфікаційного рівня «Бакалавр» зі спеціальності 075 Маркетинг. Дніпро: Нац. техн. ун т. «Дніпровська політехніка», 2021. 30 с.

Добровільні міжнародні стандарти зі сталого розвитку

19. Forest Stewardship Council (2017). FSC International Standard FSC-STD-50-001 (V1-2) EN. URL: <http://www.footprintnetwork.org/> (date of access: 25.04.2021).

20. MSC Scheme Documents (2017). Marine Stewardship Council: Scheme Documents. URI: <https://www.msc.org/documents/scheme-documents> (date of access: 25.04.2020).

21. Rainforest Alliance (2017). Rainforest Alliance Sustainable Agriculture Standard. Sustainable Agriculture Certification: For farms and producer groups involved in crop and cattle production. 2017. Version 1.2. 57 p. URI: https://www.rainforest-alliance.org/business/sas/wp-content/uploads/2017/11/03_rainforest-alliance-sustainable-agriculture-standard_en.pdf (date of access: 28.04.2021).

22. UNFSS: Voluntary Sustainability Standards (2013). Today's landscape of issues & initiatives to achieve public policy objectives. URL: <https://unfss.files.wordpress.com/> (date of access: 28.04.2021).

23. GRI Standards (2020): Reporting Principles and Standards Disclosures. Global Reporting Initiative. URL: <https://www.globalreporting.org/standards> (date of access: 20.04.2021).

24. ISO 26000:2010. Social responsibility (Guidance on social responsibility). URL: https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pd/en/discovering_iso_26000.pdf