

# СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ В ЦИРКУЛЯРНІЙ ЕКОНОМІЦІ»



Ступінь освіти	Перший (бакалаврський)
Освітня програма	усі ОПІ ФЕФ
Загальний обсяг	4 кредитів ЄКТС
Тривалість викладання	5-й семестр 2020-2024 н.р.
Обсяг навчальних занять у т.ч. аудиторні заняття на тиждень	120 годин 4 години на тиждень
лекції	2 години
практичні	2 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 «Маркетингові інструменти в циркулярній економіці»



## **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**

*Маркетингові інструменти в циркулярній економіці* – висвітлює основні принципи, зміст та методичні засади щодо маркетингових засад управління циркулярним розвитком підприємств та продуктів, у тому числі з метою набуття конкурентних переваг за різними моделями нарощування циркулярності. Особлива увага приділяється питанням оцінки ринкових перспектив та визначення ключових компетенцій для переходу на моделі циркулярного споживання та виробництва.

## 2 Мета та завдання навчальної дисципліни

**Метою навчальної дисципліни «Маркетингові інструменти в циркулярній економіці» є формування у здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти компетентностей щодо маркетингового управління розвитком комерційного підприємства на принципах циркулярної економіки у контексті глобальних Цілей сталого розвитку до 2030 року.**

### **Завдання курсу:**

- *Ознайомити* здобувачів вищої освіти з концепцією та категоріями циркулярної економіки, особливостями комплексу маркетингу в управлінні розвитком підприємства на принципах ресурсного замкнутого циклу.
- *Розглянути* методологічні засади щодо оцінки циркулярності економічної діяльності на регіональному рівні, бізнесу та продуктів.
- *Вивчити* специфічні методики та інструменти маркетингу для досягнення конкурентоспроможності підприємств та продуктів за різними моделями циркулярності.
- *Сформувати навички* з розробки маркетингової стратегії циркулярного розвитку підприємства та обґрунтування маркетингових програм з просування циркулярних продуктів.

### **Результати навчання:**

- *Знати* концепцію та категорії циркулярної економіки, складові компоненти та моделі циркулярної економіки, основні функції та завдання за комплексом маркетингу в управлінні розвитком підприємства на принципах ресурсного замкнутого циклу.
- *Знати* методологічні засади щодо оцінки циркулярності економічної діяльності на регіональному рівні, бізнесу та продуктів; визначення цілей і функції маркетингового управління циркулярним розвитком.
- *Вміти* розробляти програму та виконувати маркетингові дослідження з метою обґрунтування ключових компетенцій для переходу на моделі 4R та оцінки комерційних перспектив розвитку циркулярності підприємства на цільових ринках.
- *Демонструвати навички* із застосування специфічних методик та інструментів маркетингу для здійснення аналізу конкурентоспроможності підприємств та продуктів за різними моделями циркулярності.
- *Знати та демонструвати навички* з розробки маркетингової стратегії циркулярного розвитку підприємства, «дорожньої карти» з циркулярної трансформації бізнесу та маркетингу та обґрунтування маркетингових програм з просування циркулярних продуктів

## 3 Структура курсу

### **ЛЕКЦІЇ**

1. Сутність та завдання маркетингу у циркулярній економіці.

2. Система індикаторів циркулярного розвитку.
3. Маркетингове дослідження внутрішніх сил в моделях циркулярного споживання та виробництва.
4. Маркетингове дослідження ринкових перспектив щодо розвитку циркулярності економічної діяльності.
5. Маркетинговий аналіз конкурентоспроможності через нарощування циркулярності.
6. Розробка маркетингової стратегії циркулярного розвитку.
7. Маркетингові методи просування циркулярних продуктів.

### **ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ**

1. Круглий стіл: Визначення завдань маркетингу за різними бізнес моделями циркулярного розвитку.
2. Брейнстормінг: Формулювання стратегічного бачення щодо розвитку циркулярності бізнесу та обґрунтування вибору індикаторів для оцінки циркулярних продуктів.
3. Ситуаційна вправа: Розробка програми дослідження відповідності комплексу маркетингу для цілей циркулярного споживання та виробництва на промисловому підприємстві.
4. Ситуаційна вправа: Обґрунтування комерційних перспектив розвитку циркулярного підприємства на цільовому ринку.
5. Ділова гра: Визначення конкурентних переваг промислового підприємства за різними моделями нарощування циркулярності.
6. Конференція: Маркетингові методи просування циркулярних продуктів за стандартами сталої торгівлі.

### **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»***

<b>Рейтингова</b>	<b>Інституційна</b>
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***

<b>ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ</b>			<b>ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ</b>	
<b>навчальне заняття</b>	<b>засоби діагностики</b>	<b>процедури</b>	<b>засоби діагностики</b>	<b>процедури</b>
лекції	контрольні завдання за кожною темою	-	комплексна контрольна робота (ККР)	визначення середньозваженого результату поточних контролів;  залік
практичні	контрольні завдання за кожною темою	виконання завдань під час практичних занять		
	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](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](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 «Маркетингові інструменти в циркулярній економіці» ([www.do.nmu.org.ua](http://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, відрядження, 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=p4K7bIuPIU6JlujdHwPmNsbMRMqEYNtIpXFCoj4k6U9UNTJNUIFEMjUwTDZYNVpBUFo0T1dUNkhESi4u> 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. Палехова Л. Л. Управління сталим розвитком: довідник базових понять. Дніпро: НТУ «Дніпровська Політехніка», 2020. 332 с.
2. Підвищення конкурентоспроможності ЄС: циркулярна економіка: монографія / за ред. О.Є. Кузьміна, О.Г. Мельник, Н.І. Горбаль. Львів, 2021. 190 с.
3. Зварич І. Я. Глобальна циркулярна економіка як засіб побудови нового екологічно стійкого суспільства. URL: <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/22489/1/Зварич%20I..pdf> (дата звернення: 22.03.2021).

### ***Додаткові***

4. Гурочкіна В. В. Циркулярна економіка: українські реалії та можливості для промислових підприємств / В. В. Гурочкіна, М. С. Будзинська. *Економічний вісник*. Серія : фінанси, облік, оподаткування. 2020. Вип. 5. С. 52–64. DOI 10.33244/2617-5932.5.2020.52-64
5. Палехова Л. Л. Адаптивний маркетинг у контексті завдань циркулярної економіки. Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Розвиток співробітництва між Європейським Союзом та Україною» (EU-Ukraine

Cooperation). Львівська політехніка, 26 листопада 2020 р. С. 138-140 URL: <https://lpnu.ua/sites/default/files/2020/pages/6092/materiali-26-11-2020zbirnikjmm-circle.pdf>

6. Циркулярна економіка: як новий спосіб господарювання в умовах цифрової трансформації. Колективна монографія. Ред. Татомир І.Л., Квасній Л.Г. 2021, 124 с.

7. Швець В. Я., Палехова Л. Л., Палехов Д. Адаптивний менеджмент для цілей циркулярної економіки / Будівництво, матеріалознавство, машинобудування: зб. наук. праць. ДВНЗ «Піднепр. держ. академія буд-ва і архітектури». Серія: Створення високотехнологічних екокомплексів в Україні на основі концепції збалансованого (сталого) розвитку. Дніпро, 2017. С. 207-212. ISSN 2415-7031.

8. Nechai N. & Paliekhova L. Circular innovation in small business: German and Ukrainian experience. *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. 179-184.

9. Hedberg, Annika and Sipka, Stefan (2021) Building a circular economy: The role of information transfer. *EPC Discussion Paper 17 November 2021. [Discussion Paper] Sustainable Prosperity for Europe Programme*. URL: EU policies and themes > Policies & related activities > information technology policy

10. Kaminioti, E., Kottaridi, C. & Economidou, C. Bioeconomy and Corporate GRI Reporting: a Case Study Analysis. *Circ.Econ.Sust.* (2021). <https://doi.org/10.1007/s43615-021-00114-0>

### **Методичні**

11. Палехова Л. Л. Навчально-методичний посібник з вивчення дисципліни «Маркетингові інструменти в циркулярній економіці» для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «Бакалавр» зі спеціальності 075 Маркетинг. Дніпро: Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка», 2021. 58 с.

12. Палехова Л. Л. Методичні вказівки до виконання контрольної роботи з дисципліни «Маркетингові інструменти в циркулярній економіці» для студентів заочної форми навчання освітньо-кваліфікаційного рівня «Бакалавр» зі спеціальності 075 Маркетинг. Дніпро: Нац. техн. ун т. «Дніпровська політехніка», 2021. 30 с.