


(Ф 03.02 – 101)

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Національний авіаційний університет
Факультет економіки та бізнес-адміністрування
Кафедра маркетингу

УЗГОДЖЕНО

В.о. декана ФЕБА


С. Смерічевський
«24» 02 2021р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з навчальної роботи


А.Полухін
«26» 02 2021р.



Система менеджменту якості

РОБОЧА ПРОГРАМА навчальної дисципліни «Маркетинг зелених інвестицій»

Галузь знань:

07 «Управління та адміністрування»

Спеціальність

075 «Маркетинг»


Освітньо-наукова програма

«Маркетинг»

Форма навчання	Сем.	Усього (год. / кредитів ECTS)	ЛКЦ	ПР.З	Л.З	СРС	ДЗ / РГР / К.р	КР / КП	Форма сем. контролю
Денна	2	90 / 3,0	15	15	–	60	-	-	Залік 2с

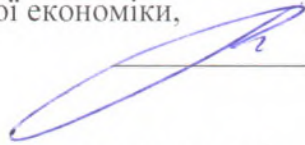
Індекс: НДФ-06/02-075/20 – 2.1.1

СМЯ НАУ РП 11.01.05-01-2021

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетинг зелених інвестицій»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.05-01-2021
		стор. 2 з 10	

Робочу програму навчальної дисципліни «Маркетинг зелених інвестицій» розроблено на основі освітньо-наукової програми та робочого навчального плану № НДФ-06/02-075/20 підготовки здобувачів вищої освіти третього рівня (доктора філософії) галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» денної форми навчання.

Робочу програму розробила:
професор кафедри міжнародної економіки,
д.е.н., доцент



Т.В. Князева

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні кафедри міжнародної економіки, протокол № 4 від «16» лютого 2021 р.

Т.в.о. зав. кафедри
міжнародної економіки



Н.В. Коваленко

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри освітньо-наукової програми «Маркетинг», спеціальності 075 «Маркетинг» – кафедри маркетингу, протокол № 3 від «08» лютого 2021 р.

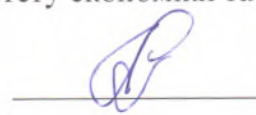
Зав. кафедри
маркетингу



С.Ф. Смерічевський

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради факультету економіки та бізнес-адміністрування, протокол №2 від 24 лютого 2021 р.

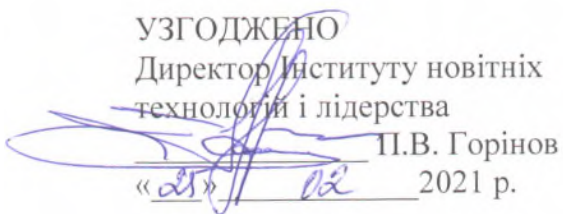
Голова НМРР



А.Т. Тофанчук

УЗГОДЖЕНО

Директор Інституту новітніх
технологій і лідерства



П.В. Горінов

« 05 » 02 2021 р.

УЗГОДЖЕНО

Завідувач відділу докторантури та
аспірантури

І.В. Жудова

« 05 » 02 2021 р.

Рівень документа – 3б


Плановий термін між ревізіями – 1 рік

Контрольний примірник



ЗМІСТ

Вступ	4
1. Пояснювальна записка	4
1.1. Місце, мета, завдання	4
1.2. Заплановані результати навчання	4
1.3. Компетентності.	5
1.4. Міждисциплінарні зв'язки	5
2. Програма навчальної дисципліни	5
2.1. Зміст навчальної дисципліни	7
2.2. Тематичний план	8
3. Навчально-методичні матеріали з дисципліни	8
3.1. Методи навчання	8
3.2. Рекомендована література (базова і допоміжна)	8
3.3. Інформаційні ресурси в Інтернеті	
4. Рейтингова система оцінювання набутих студентом знань та вмінь	9

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетинг зелених інвестицій»	Шифр документа	СМЯНАУ РП 11.01.05-01-2021
		стор. 4 з 10	

ВСТУП

Робоча програма (РП) навчальної дисципліни «Маркетинг зелених інвестицій» розроблена на основі «Методичних рекомендацій до розроблення та оформлення робочої програми навчальної дисципліни денної та заочної форм навчання», затверджених розпорядженнями №071/роз. від 10.07.2019 р., № 088/роз, від 16.10.2019 та відповідних нормативних документів.

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1.1. Місце, мета, завдання.

Місце: дана навчальна дисципліна є теоретичною та практичною основою сукупності знань та вмінь щодо застосування маркетингового інструментарію зелених інвестицій, що формують профіль фахівця в галузі управління та адміністрування.

Метою дисципліни є формування у здобувачів вищої освіти системи теоретичних знань, оволодіння сучасним методичним інструментарієм, практичними навичками ефективного управління маркетингом зелених інвестицій як основи конкурентоспроможності у сучасних умовах господарювання.

Завдання вивчення дисципліни:

надання здобувачам вищої освіти знань щодо правильного підходу до розуміння теоретичних і методологічних основ маркетингу зелених інвестицій; засвоєння особливостей діяльності макро- і мікросередовища маркетингу зелених інвестицій; оволодіння знаннями щодо сегментації екологічного ринку і вибору цільових еко-сегментів; засвоєння методів та процедур з розробки комплексу маркетингових заходів в межах товарної, цінової, комунікаційної політик; оволодіння інструментами стратегічного планування, впровадження і контролю програм маркетингу зелених інвестицій.

1.2. Які результати навчання дає можливість досягти навчальна дисципліна:

мати передові концептуальні та методологічні знання підходів до визначення сутності маркетингу зелених інвестицій, зеленого брендингу та стратегії зеленого інвестування;

вільно презентувати та обговорювати з фахівцями і нефахівцями результати досліджень доброчесності маркетингової політики еколого-відповідального підприємства, інформаційного забезпечення зеленого інвестування, вимірювання зеленого бренда компанії;

глибоко розуміти загальні принципи та методи розвитку системи зелених інвестицій на підприємствах України на основі європейського досвіду;



здійснювати самостійні дослідження наукового і прикладного характеру в сфері маркетингу зелених інвестицій, застосовувати зарубіжний досвід в цих дослідженнях;

представляти результати самостійних оригінальних наукових досліджень щодо предметної області маркетингу зелених інвестицій.

1.3. Які компетентності дає можливість здобути навчальна дисципліна.

здатність до пошуку та аналізу нової інформації щодо традиційних еколого-економічних інструментів сталого розвитку, переваг маркетингу зелених інвестицій, стратегій зеленого інвестування;

здатність виконувати оригінальні дослідження щодо встановлення взаємозв'язку між сталим розвитком, сприйняттям зеленого бренду та ефективністю політики компанії;

здатність застосовувати сучасні інформаційні технології у прийнятті управлінських рішень щодо розвитку інструментарію маркетингу зелених інвестицій на підприємствах;

здатність критичного переосмислення сучасної теорії, методології та практики маркетингу зелених інвестицій;

здатність до поглиблення системних економіко-теоретичних знань та формування нових цілісних знань щодо новітніх явищ і процесів еколого-відповідального маркетингу.

1.4. Міждисциплінарні зв'язки.

Навчальна дисципліна «Маркетинг зелених інвестицій» посідає важливе місце серед дисциплін, що викладаються здобувачам третього рівня вищої освіти. Вона тісно пов'язана із вивченням таких дисциплін, як «Філософія науки та інновацій», «Методи та засоби обробки результатів наукових досліджень», «Глобальний маркетинг» та доповнює знаннями такі дисципліни, як: «Екологічний маркетинг у системі еколого-економічного управління» та інші.

2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

2.1. Зміст навчальної дисципліни

Навчальний матеріал дисципліни структурований за модульним принципом і складається з одного навчального модуля, що є логічно завершеною, відносно самостійною, цілісною частиною навчального плану, засвоєння якого передбачає проведення модульної контрольної роботи та аналіз результатів її виконання.

Модуль №1 «Маркетинг зелених інвестицій»

Інтегровані вимоги модуля №1: формування в майбутніх фахівців знань щодо теоретичних положень і методологічних основ маркетингу



зелених інвестицій; основ формування й реалізації комплексу маркетингу зелених інвестицій; методів та прийомів маркетингового дослідження зеленого інвестування; вміння: практично застосовувати методологічний і понятійно-термінологічний апарат маркетингу зелених інвестицій; використовувати принципи, методи та інструменти маркетингу зелених інвестицій; аналізувати основні елементи мікро- та макросередовища екологічно орієнтованого підприємства; застосовувати методи мотивування розвитку ринку екологічних товарів на різних рівнях на основі аналізу відповідного ринкового сегменту


Тема 1. Формування ринку зелених інвестицій в Україні у контексті забезпечення сталого розвитку підприємств. Сучасні вітчизняні екологічні проблеми. Екологічна політика ЄС. Систематизація традиційних еколого-економічних інструментів сталого розвитку. Причини розробки та впровадження нових еколого-економічних інструментів у діяльності компаній.

Тема 2. Маркетинг зелених інвестицій: основні складові та принципи формування. Варіації дефініцій «зелений маркетинг» у світі у розрізі всіх галузей. Еволюцію маркетингових концепцій. Концептуальна модель маркетингу зелених інвестицій. Систематизація переваг маркетингу зелених інвестицій. Коло взаємозалежності: позитивний імідж країни-залучення додаткових зелених інвестицій-досягнення цілей сталого розвитку-позиції країни у світових рейтингах.

Тема 3. Маркетингові стратегії зеленого інвестування: основні види та специфіка їх застосування. Сегментація споживачів за рівнем екологічної свідомості та зацікавленості у екологобезпечних продуктах. Стратегії промоції зеленої продукції. Матриця вибору стратегії зеленого маркетингу. Детермінанти, що впливають на ефективність стратегії зеленого маркетингу. Основні складові стратегії маркетингу зелених інвестицій. Основні конкурентні стратегії маркетингу зелених інвестицій.

Тема 4. Інформаційне забезпечення системи маркетингу зелених інвестицій. Система інформаційного забезпечення маркетингу зелених інвестицій. Види звітності зеленого інвестування в Україні та світі. Система параметрів інформаційного потоку компанії та їх характеристика. Рівень розкриття інформації вітчизняними компаніями.

Тема 5. Зелений бренд як маркетинговий інструмент залучення зелених інвестицій підприємствами. Дефініції «сталий бренд» і «зелений бренд». Основні інтереси зацікавлених сторін зеленого бренду компанії. Концепція взаємозв'язку між ключовим елементом просування зеленої бренду компанії. Класифікація зеленого бренду. Взаємозв'язок між сталим розвитком, сприйняттям зеленого бренду та ефективністю політики компанії.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетинг зелених інвестицій»	Шифр документа	СМЯНАУ РП 11.01.05-01-2021
		стор. 7 з 10	

Тема 6. Взаємозалежність між обсягами зелених інвестицій, складовими індексу зеленого бренду компанії та бренду країни. Інтереси та очікування стейкхолдерів ринку зелених інвестицій. Наукові гіпотези щодо взаємозв'язку основних складових індексу зеленого бренду компанії, бренду країни та обсягів зелених інвестицій підприємств. Основні складові індексу зеленого бренду компанії.

Тема 7. Драйвери розвитку інструментарію маркетингу зелених інвестицій на підприємствах. Класифікація країн за рівнем доходу згідного Світового банку даних. Кластеризація європейських країн у контексті визначення драйверів розвитку інструментарію маркетингу та менеджменту зелених інвестицій. Характеристика основних зелених фондових індексів.

2.2. Тематичний план

№ з/п	Назва теми (тематичного розділу)	Обсяг навчальних занять (год.)			
		Денна форма навчання			
		Усього	Лекції	Лаб./прак. заняття	СРС
1.1	Формування ринку зелених інвестицій в Україні у контексті забезпечення сталого розвитку підприємств	11	2	2	7
1.2	Маркетинг зелених інвестицій: основні складові та принципи формування	11	2	2	7
1.3	Маркетингові стратегії зеленого інвестування: основні види та специфіка їх застосування	11	2	2	7
1.4	Інформаційне забезпечення системи маркетингу зелених інвестицій	11	2	2	7
1.5	Зелений бренд як маркетинговий інструмент залучення зелених інвестицій підприємствами	11	2	2	7
1.6	Взаємозалежність між обсягами зелених інвестицій, складовими індексу зеленого бренду компанії та бренду країни	11	2	2	7
1.7	Драйвери розвитку інструментарію маркетингу зелених інвестицій на підприємствах	11	1	2 1	7
1.8	Модульна контрольна робота №1	13	2	-	11
1.9	Контрольна (домашня) робота (ЗФН)	-	-	-	-
Усього за модулем №1		90	15	15	60
Усього за навчальною дисципліною		90	15	15	60



3. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ З ДИСЦИПЛІНИ

3.1. Методи навчання

Метод навчання з дисципліни «Маркетинг зелених інвестицій» — взаємопов'язана діяльність викладача та здобувача спрямована на засвоєння ними системи знань, набуття умінь і навичок.

В процесі викладання дисципліни, під час проведення практичних занять використовуються наступні методи: словесні (бесіда, пояснення, доповідь), наочні (презентація, ілюстрування), практичні (тестові завдання, кейси, виконання розрахунково-графічних завдань), методи контролю.

3.2. Рекомендована література

Базова література

3.2.1. Зіновчук Н.В., Ращенко А.В. Екологічний маркетинг: Навч. Посібник. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І.Франка, 2015. 190 с.

3.2.2. Князева Т.В. Міжнародна екологічна політика: теорія, методологія, сценарії розвитку: монографія. Херсон: ПП Вишемирський В.С., 2014. 384 с.

3.2.3. Пімоненко Т. В. Маркетинг і менеджмент зелених інвестицій: теоретичні засади, сучасні виклики та перспективи розвитку: монографія. Суми : «Ярославна», 2019. 264 с.

Допоміжна література

3.2.4. Idowu, Samuel O., Schmidpeter, Rene, & Zu, Liangrong (Eds.) (2020). The Future of the UN Sustainable Development Goals. Springer Science and Business Media LLC.

3.2.5. Encyclopedia of Sustainability in Higher Education (2019). Springer Science and Business Media LLC.

3.2.6. Organic World. Global Organic Farming Statistics and News (2019). The World of Organic Agricultural Statistic and Emerging Trends 2018. Retrieved from <https://www.organicworld.net/yearbook/yearbook-2018.html>.

3.2.7. The Sustainable Development Goals Report (2019). About the Sustainable Development Goals. Retrieved from <https://unstats.un.org/sdgs/report/2019/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2019.pdf>.

3.3. Інформаційні ресурси в інтернеті

3.3.1. Сайт Кабінету Міністрів України: <http://www.kmu.gov.ua>


3.3.2. Сайт Верховної Рада України: <http://www.rada.gov.ua>

3.3.3. Сайт Міністерства фінансів: <http://www.minfin.gov.ua>

3.3.4. Сайт Державної комісії з цінних паперів і фондового ринку: <http://www.ssmc.gov.ua>

3.3.5. Сайт Державної служби статистики України: <http://www.ukrstat.gov.ua>

3.3.6. Сайт Національного банку України: <http://www.bank.gov.ua>

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетинг зелених інвестицій»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.05-01-2021
		стор. 9 з 10	

3.3.7. Сайт Світового банку: <http://www.worldbank.org.ru>.

4. РЕЙТИНГОВА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ НАБУТИХ СТУДЕНТОМ ЗНАНЬ ТА ВМІНЬ

4.1. Оцінювання окремих видів виконаної здобувачем вищої освіти навчальної роботи здійснюється в балах відповідно до табл.4.1.

4.2. Виконані види навчальної роботи зараховуються здобувачу вищої освіти, якщо він отримав за них позитивну рейтингову оцінку.

Таблиця 4.1

Вид навчальної роботи	Максимальна кількість балів
	Денна форма навчання
	3 семестр
Модуль 1. Маркетинг зелених інвестицій	
Виконання практичних задач та аналіз кейсів	70 (7×10 балів)
<i>Для допуску до виконання модульної контрольної роботи №1 студент має набрати не менше</i>	<i>42 балів</i>
Виконання модульної контрольної роботи №1	30
<i>Підсумкова семестрова контрольна робота</i>	-
Усього за модулем №1	100
Усього за дисципліною	100


Залікова рейтингова оцінка визначається (в балах та за національною шкалою) за результатами виконання всіх видів навчальної роботи протягом семестру.

4.3. Сума рейтингових оцінок, отриманих здобувачем вищої освіти за окремі види виконаної навчальної роботи, становить поточну модульну рейтингову оцінку, яка заноситься до відомості модульного контролю.

4.4. Підсумкова семестрова рейтингова оцінка в балах, за національною шкалою та шкалою ECTS заноситься до заліково-екзаменаційної відомості, навчальної картки та індивідуального навчального плану здобувача вищої освіти (залікової книжки), наприклад, так: **92/Відм./А, 87/Добре/В, 79/Добре/С, 68/Задов./D, 65/Задов./E** тощо.

4.5. Підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни дорівнює підсумковій семестровій рейтинговій оцінці.

Зазначена підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни заноситься до Додатку до диплома.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетинг зелених інвестицій»	Шифр документа	СМЯНАУ РП 11.01.05-01-2021
		стор. 10 з 10	

(Ф 03.02 – 01)

АРКУШ ПОШИРЕННЯ ДОКУМЕНТА

№ прим.	Куди передано (підрозділ)	Дата видачі	П.І.Б. отримувача	Підпис отримувача	Примітки

(Ф 03.02 – 02)

АРКУШ ОЗНАЙОМЛЕННЯ З ДОКУМЕНТОМ

№ пор.	Прізвище ім'я по-батькові	Підпис ознайомленої особи	Дата ознайомлення	Примітки

(Ф 03.02 – 04)

АРКУШ РЕЄСТРАЦІЇ РЕВІЗІЇ

№ пор.	Прізвище ім'я по-батькові	Дата ревізії	Підпис	Висновок щодо адекватності

(Ф 03.02 – 03)

АРКУШ ОБЛІКУ ЗМІН

№ зміни	№ листа (сторінки)				Підпис особи, яка внесла зміну	Дата внесення зміни	Дата введення зміни
	Зміненого	Заміненого	Нового	Анульованого			

(Ф 03.02 – 32)

УЗГОДЖЕННЯ ЗМІН

	Підпис	Ініціали, прізвище	Посада	Дата
Розробник				
Узгоджено				
Узгоджено				
Узгоджено				