

Міністерство освіти і науки України
Національний університет кораблебудування
імені адмірала Макарова
Херсонський навчально-науковий інститут

Кафедра економіки

08880



ЗАТВЕРДЖЕНО
Заступник директора з
навчальної роботи
к.т.н., проф. Дудченко О.М.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Program of the Discipline

**МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА УПРАВЛІНЧА
ЕКОНОМІКА В ЕНЕРГЕТИЦІ**

Marketing research and managerial economics in energy

рівень вищої освіти *другий (магістерський)*

тип дисципліни *обов'язкова*

мова викладання *українська*

Херсон – 2023

Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження та управлінча економіка в енергетиці» є однією із складових комплексної підготовки фахівців галузі знань 14 «Електрична інженерія», спеціальність 144 «Теплоенергетика», освітня програма «Енергетичний менеджмент».

«15» листопада 2023 року. – 22 с.

Розробник: Надточій І.І., доктор екон. наук, професор.

Проект робочої програми навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження та управлінча економіка в енергетиці» узгоджено з гарантом освітньої програми

Гарант освітньої програми

«Енергетичний менеджмент»

канд. техн. наук, доцент




В.С. Самохвалов

Проект робочої програми навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження та управлінча економіка в енергетиці» розглянуто на засіданні кафедри економіки.

Протокол № 4 від «15» листопада 2023 р.

В.о. завідувача кафедри

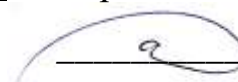


А.В. Руснак

Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження та управлінча економіка в енергетиці» затверджена методичною радою ХННІ НУК.

Протокол № 4 від «16» листопада 2023 р.

Голова МР ХННІ НУК



О.М. Дудченко

© ХННІ НУК, 2023, рік

© Надточій І.І., 2023 рік

ЗМІСТ

Вступ	4
1. Опис навчальної дисципліни	5
2. Мета вивчення навчальної дисципліни	6
3. Передумови для вивчення дисципліни	6
4. Очікувані результати навчання	6
5. Програма навчальної дисципліни.....	6
6. Методи навчання, засоби діагностики результатів навчання та методи їх демонстрування	11
7. Форми поточного та підсумкового контролю.....	12
8. Критерії оцінювання результатів навчання	15
9. Засоби навчання	15
10. Рекомендовані джерела інформації	15
Додаток.....	18

ВСТУП

Анотація

Програмою навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження та управлінча економіка в енергетиці» підготовки магістрів передбачено надання здобувачам вищої освіти знань щодо системи, методів та алгоритмів аналізу внутрішнього і зовнішнього бізнес-середовища енергопостачальних підприємств, шляхів і резервів його маркетингового розвитку.

Програма навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження та управлінча економіка в енергетиці» розрахована на здобувачів вищої освіти, які вивчили дисципліни економічного спрямування. Програма передбачає комплексне застосування набутих компетенцій для використання методів та прийомів маркетингових досліджень ринку енергетики.

Дисципліна «Маркетингові дослідження та управлінча економіка в енергетиці» носить міждисциплінарний характер, вона забезпечує підготовку здобувачів вищої освіти до вивчення навчальних дисциплін «Наукові основи управління проектами та програмами модернізації і реконструкції енергетичних об'єктів», «Застосування PLM-технологій в проектуванні та експлуатації теплоенергетичних установок та систем», а також розробку відповідних розділів кваліфікаційної роботи.

Ключові слова: маркетингові дослідження, маркетингова інформація, дослідження ринку, потреби споживачів, економіка енергетики, енергетичне виробництво, ціноутворення, тарифи, економічна ефективність.

Annotation

The program of the study discipline «Marketing research and managerial economics in energy» provides for the provision of knowledge to students of higher education about the system, methods and algorithms for analyzing the internal and external business environment of energy supply enterprises, the ways and reserves of its marketing development.

The program of the study discipline «Marketing research and managerial economics in energy» is designed for students of higher education who have studied the disciplines of economic direction. The program provides for the comprehensive application of the acquired competencies for the use of methods and techniques of marketing research of the energy market.

The discipline «Marketing research and management economics in energy» is interdisciplinary in nature, it provides the preparation of students of higher education to study the academic disciplines «Scientific bases of management of projects and programs of modernization and reconstruction of energy facilities», «Application of PLM technologies in the design and operation of thermal power plants installations and systems», as well as the development of relevant sections of the qualification work.

Keywords: marketing research, marketing information, market research, consumer needs, energy economy, energy production, pricing, tariffs, economic efficiency.

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність (освітня програма), освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3	Галузь знань 14 – Електрична інженерія	Обов'язкова	
Модулів – 2		Рік підготовки	
Змістових модулів – 2		1-й	-
Електронна адреса на сайті ХННІ НУК: http://www.kb.nuos.edu.ua/Licensing%20and%20accreditation%20specialties/thermal-power-m.html	Спеціальність 144 – «Теплоенергетика» Освітня програма «Енергетичний менеджмент»	Семестри	
Індивідуальне науково-дослідне завдання - немає		1-й	-
Загальна кількість годин - 90		Лекції	
		1-й семестр - 15 год.	-
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних: 1-й семестр – 2; самостійної роботи студента: 1-й семестр – 4.		Практичні	
		1-й семестр - 15 год.	-
	Лабораторні		
	-	-	
Освітній рівень: другий (магістерський)		Самостійна робота	
		1-й семестр - 60 год.	-
		Індивідуальні завдання: год.	
		-	
Освітній рівень: другий (магістерський)		Види контролю: 1-й семестр - екзамен	
		Форма контролю: комбінована (письмовий контроль, тестовий контроль)	

2. Мета вивчення навчальної дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження та управлінча економіка в енергетиці» є формування у здобувачів вищої освіти відповідно до освітньої програми таких компетентностей:

1) інтегральну компетентність:

- здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у теплоенергетичній галузі або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог;

2) загальні компетентності:

ЗК 4. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності);

3) професійні компетентності:

СК2. Здатність аналізувати та комплексно інтегрувати сучасні знання з природничих, інженерних, суспільно-економічних та інших наук для розв'язання складних задач і проблем теплоенергетики;

СК4. Здатність управляти робочими процесами та приймати ефективні рішення у сфері теплоенергетики, беручи до уваги соціальні, економічні, комерційні, правові, та екологічні аспекти.

3. Передумови для вивчення дисципліни

Передумовами для вивчення даної дисципліни є дисципліни економічного спрямування.

4. Очікувані результати навчання

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у здобувачів вищої освіти таких результатів навчання:

ПР3. Розробляти і реалізовувати проекти у сфері теплоенергетики з урахуванням цілей, прогнозів, обмежень та ризиків і беручи до уваги технологічні, законодавчі, соціальні, економічні, екологічні та інші аспекти.

ПР6. Приймати ефективні рішення, використовуючи сучасні методи та інструменти порівняння альтернатив, оцінювання ризиків та прогнозування.

ПР8. Обґрунтовувати вибір та застосування матеріалів, обладнання та інструментів, інженерних технологій і процесів з урахуванням їх характеристик і властивостей, вимог до кінцевого продукту, а також нетехнічних аспектів.

5. Програма навчальної дисципліни

Модуль 1.

Змістовий модуль 1. Маркетингові дослідження в енергетиці

Тема 1. Сутність і система маркетингових досліджень.

Поняття маркетингового дослідження. Мета, предмет та об'єкт маркетингових досліджень.

Основні завдання і принципи маркетингових досліджень. Методологія маркетингових досліджень. Типи маркетингових досліджень.

Організаційні форми маркетингових досліджень:

- власні (відділи маркетингу, маркетингових досліджень, проблемні групи (ради), тимчасові консультативні групи, венчурні групи);
- спеціалізовані дослідницькі організації.

Чинники, які визначають раціональність власних та спеціалізованих організаційних форм проведення маркетингових досліджень. Основні принципи організації служби маркетингових досліджень.

Зарубіжний досвід організації маркетингових досліджень.

Роль маркетингових досліджень у прийнятті управлінських рішень.

Джерела інформації: [1, с. 7-16; 4, с. 8-23; 5, с. 7-19; 9, с. 9-29; 10].

Тема 2. Методи збирання і аналізу маркетингової інформації.

Суть, принципи та форми інформації. Цінність маркетингової інформації.

Види маркетингової інформації залежно від рівня, призначення, власності, меж доступності, ролі в діяльності підприємства, змісту, джерел опитування, потреб підприємства, аспектів його маркетингової діяльності, часу одержання.

Переваги та недоліки вторинної і первинної маркетингової інформації.

Носії та джерела маркетингової інформації.

Маркетингова інформаційна система.

Процес збору та інтерпретації маркетингової інформації.

Методи збору первинної інформації: опитування, спостереження, експеримент, імітація.

Метод експертних оцінок у маркетингових дослідженнях.

Розробка плану вибірки і визначення обсягу вибірки.

Джерела інформації: [1, с. 21-51; 4, с. 25-91; 5, с. 20-36; 9, с. 32-113; 10].

Тема 3. Дослідження кон'юнктури і місткості ринку електроенергії. Сегментування ринку.

Суть місткості ринку. Реальна і потенційна місткість ринку товарів і послуг. Методи їх визначення.

Ринкове агрегування й сегментування. Процес сегментування ринку товарів і послуг. Методи та рівні сегментування ринку. Ознаки сегментування ринку товарів і послуг, їх вибір. Критерії вибору цільових ринків. Типи цільових ринків підприємства. Вимоги до ефективної методики сегментування ринку.

Прогноз товарного ринку: сутність, алгоритми, вимоги.

Прогнозні дослідження збуту: сутність, чинники, не кількісні та кількісні методи досліджень.

Поняття ринкової кон'юнктури, цілі і методи її аналізу. Основні показники кон'юнктури ринку товарів і послуг. Характеристики і фактори кон'юнктурного аналізу.

Аналіз масштабу і потенціалу ринку товарів і послуг. Вибір товарного ринку. Виробничий і споживчий потенціал, методи обрахунку.

Аналіз збалансованості ринку. Баланс попиту-пропозиції. Ринкові індикатори. Карта оцінки кон'юнктури ринку.

Оцінка та аналіз циклічності і сезонності ринку товарів і послуг.

Аналіз впливу макросередовища на маркетинг фірми і ринкову ситуацію в цілому.

Вивчення і прогнозування споживчого попиту. Фактори, що впливають на споживчий попит. Основні методи прогнозування попиту. Кореляційний та регресійний аналіз. Види прогнозів ринкового розвитку. Дослідження еластичності попиту.

Джерела інформації: [1, с. 56-60; 4, с. 92-149; 5, с. 85-102; 9, с. 117-183].

Тема 4. Маркетингові дослідження конкуренції і конкурентів. Формування звіту з маркетингових досліджень.

Суть досліджень підприємства, поняття його конкурентоспроможності.

Підходи до визначення конкурентоспроможності підприємства:

- з точки зору конкурентних переваг;
- аналіз сильних та слабких сторін;
- структурний підхід;
- функціональний підхід;
- узагальнюючий підхід;
- бальна оцінка конкурентоспроможності.

Організаційні заходи, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Структура та зміст підсумкового звіту про результати маркетингових досліджень. Основні частини письмового звіту: титульний листок, короткий огляд, вступ, основна частина, висновки та рекомендації, додатки.

Основні вимоги до звіту: орієнтованість, повнота, точність, чіткість, виразність, актуальність.

Правила підготовки та усна презентація результатів дослідження.

Джерела інформації: [1, с. 66-76, 125-128; 4, с. 154-172; 5, с. 103-122; 9, с. 187-210; 10].

Модуль 2.

Змістовий модуль 2. Управлінча економіка в енергетиці

Тема 5. Енергетичне підприємство в сучасних умовах господарювання.

Особливості енергетики як галузі матеріального виробництва. Характеристика енергетики України та основні напрямки її розвитку. Економічні проблеми паливно-енергетичного комплексу України. Види підприємницької діяльності. Форми об'єднання підприємств.

Джерела інформації: [12, с. 6-16; 13, с. 17-36; 15, с. 16-25].

Тема 6. Матеріально-технічна база енергетичного виробництва.

Економічні ресурси. Основні та оборотні засоби виробництва. Зношення основних засобів та форми його відшкодування. Облік та оцінка основних

засобів. Амортизація основних засобів та прямолінійний (рівномірний) метод її нарахування. Ефективність та шляхи поліпшення використання основних фондів.

Склад витрат виробництва на підприємствах України. Економічні елементи та калькуляційні статті. Річні експлуатаційні витрати, їх класифікація. Об'єкти калькуляції. Об'єкти калькуляції. Собівартість продукції. Структура собівартості. Особливості собівартості особливості собівартості електроенергії та її структури. Методика калькуляції собівартості енергії на КЕС, ГЕС, АЕС, ВДЕ. Експлуатаційна економічна характеристика. Особливості калькуляції собівартості енергії в комбінованих установках. Собівартість в електричних мережах та в енергосистемах (енергокомпаніях). Фактори впливу на підвищення собівартості електроенергії у енергосистемах. Шляхи зниження собівартості енергії.

Джерела інформації: [12, 17-26; 13, с. 38-99, 142-182; 15, с. 26-131].

Тема 7. Ціноутворення та тарифи в енергетиці. Прибуток, рентабельність, фінансові результати.

Основи ціноутворення. Формування цін. Державне регулювання цін. Тарифи на електроенергію, їх види, концепції побудови та принципи формування. Переваги та недоліки різних тарифних формул. Грошові розрахунки підприємства. Джерела прибутку підприємств. Рентабельність продукції та шляхи її підвищення.

Джерела інформації: [13, с. 191-237; 15, с. 132-156].

Тема 8. Економічні та організаційні результати функціонування енергосистем.

Проблема економічної ефективності капіталовкладень. Основні критерії економічної ефективності інженерних рішень. Показники загальної та порівняльної економічної ефективності. Умови енергетичного та економічного співставлення варіантів. Врахування фактору часу, дисконтування. Розрахунки вартості втрат електроенергії на станціях та в елементах електричних мереж.

Джерела інформації: [13, с. 426-457; 15, с. 157-188].

Тема 9. Економічна ефективність інноваційної діяльності в енергетиці.

Основні положення методик техніко-економічних розрахунків. Типи задач оптимізації та методи їх вирішення. Врахування невизначеності вихідних даних та ризиків у техніко-економічних розрахунках в енергетиці.

Економічна ефективність застосування АСУ та обчислювальної техніки в енергетик.

Критерії економічної ефективності розробки та впровадження нової техніки та науково-дослідних робіт. Методи визначення їх економічної ефективності.

Джерела інформації: [13, с. 291-359; 15, с. 233-334].

5.1. Тематичний план навчальної дисципліни

Назва змістових модулів і тем дисципліни	Кількість годин							
	Денна форма навчання				Заочна форма навчання			
	Разом	у тому числі			Разом	у тому числі		
		Лекції	Практична робота	Самостійна робота		Лекції	Практична робота	Самостійна робота
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Модуль 1								
Змістовий модуль 1. Маркетингові дослідження в енергетиці								
Тема 1. Сутність і система маркетингових досліджень	9	1	1	7	-	-	-	-
Тема 2. Методи збирання і аналізу маркетингової інформації	9	1	1	7	-	-	-	-
Тема 3. Дослідження кон'юнктури і місткості ринку електроенергії. Сегментування ринку	11	2	2	7	-	-	-	-
Тема 4. Маркетингові дослідження конкуренції і конкурентів. Формування звіту з маркетингових досліджень	11	2	2	7	-	-	-	-
Разом за змістовим модулем 1	40	6	6	28	-	-	-	-
Модуль 2								
Змістовий модуль 2. Управлінча економіка в енергетиці								
Тема 5. Енергетичне підприємство в сучасних умовах господарювання	8	1	1	6	-	-	-	-
Тема 6. Матеріально-технічна база енергетичного виробництва	10	2	2	6	-	-	-	-
Тема 7. Ціноутворення та тарифи в енергетиці. Прибуток, рентабельність, фінансові результати	11	2	2	7	-	-	-	-
Тема 8. Економічні та організаційні результати функціонування енергосистем	11	2	2	7	-	-	-	-
Тема 9. Економічна ефективність інноваційної діяльності в енергетиці	10	2	2	6	-	-	-	-
Разом за змістовим модулем 2	50	9	9	32	-	-	-	-
Усього годин	90	15	15	60	-	-	-	-

Примітка: для здобувачів вищої освіти заочної форми навчання читаються оглядові лекції за темами модулів в обсягах відповідно до таблиці.

5.2. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
1	Сутність і система маркетингових досліджень	1	-
2	Методи збирання і аналізу маркетингової інформації	1	-
3	Дослідження кон'юнктури і місткості ринку електроенергії. Сегментування ринку	2	-
4	Маркетингові дослідження конкуренції і конкурентів. Формування звіту з маркетингових досліджень	2	-
5	Енергетичне підприємство в умовах ринкової економіки	1	-
6	Матеріально-технічна база енергетичного виробництва	2	-
7	Ціноутворення та тарифи в енергетиці. Прибуток, рентабельність, фінансові результати	2	-
8	Економічні та організаційні результати функціонування енергосистем	2	-
9	Економічна ефективність інноваційної діяльності в енергетиці	2	-
Разом		15	-

5.3. Розподіл годин самостійної роботи

№ з/п	Вид роботи	Кількість годин		
		Норматив	Денна форма	Заочна форма
1	Підготовка до лекційних занять	1-2 год /1 лекцію	12	-
2	Підготовка до практичних занять	1-2 год /1 заняття	18	-
3	Підготовка до поточного модульного контролю	підготовка до контрольних заходів – 15 (30) год. на 1 захід	15	-
4	Підготовка до екзамену		15	-
5	Виконання контрольної роботи	мінімум 15 годин на 1 роботу	-	-
Разом			60	-

6. Методи навчання, засоби діагностики результатів навчання та методи їх демонстрування

В якості методів навчання для всіх видів занять використовується:

– робота з літературою, як опрацювання різних видів джерел, спрямоване на формування нових знань, їх закріплення, вироблення вмінь і навичок та реалізацію контрольно-корекційної функції в умовах формальної освіти;

– пояснення, як словесне розкриття причинно-наслідкових зв'язків і закономірностей у розвитку природи, людського суспільства і людського мислення.

Для лекційних занять застосовується:

– лекція, як усний виклад навчального матеріалу, що характеризується великим обсягом, складністю логічних побудов, сконцентрованістю розумових образів, доведень і узагальнень;

– ілюстрування, як показ та сприйняття предметів, процесів і явищ у їх символічному зображенні за допомогою плакатів, карт, портретів, фотографій, схем, репродукцій, звукозаписів тощо;

– відеометод, як використання відеоматеріалів для активізації наочно чуттєвого сприймання, що забезпечує більш легке і міцне засвоєння знань в їх образно-понятійній цілісності та емоційній забарвленості.

Для практичних занять застосовується:

– практична робота, як метод поглиблення і закріплення теоретичних знань та перевірки наукових висновків.

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання є:

- усні відповіді на практичних заняттях;
- письмовий контроль результатів навчання;
- поточний модульний контроль у формі тестування;
- контрольні роботи (для здобувачів вищої освіти заочної форми навчання);
- екзамен.

7. Форми поточного та підсумкового контролю

Досягнення здобувача вищої освіти оцінюються за 100-бальною системою університету.

Підсумкова оцінка навчального курсу включає в себе оцінки з поточного контролю і оцінки заключного екзамену.

Питома вага заключного екзамену в загальній системі оцінок – 40 балів. Право здавати заключний екзамен дається здобувачу вищої освіти, якій з урахуванням максимальних балів проміжних оцінок і заключного екзамену набирає не менше 60 балів. Підсумкова оцінка навчального курсу є сумою проміжних оцінок і оцінки екзамену.

Поточний контроль проводиться після вивчення кожного з модулів дисципліни. Він передбачає оцінювання теоретичної підготовки здобувачів вищої освіти із зазначеної теми (у тому числі, самостійно опрацьованого матеріалу) під час виконання завдань практичних робіт.

Семестровий підсумковий контроль з дисципліни проводиться після закінчення її вивчення у комбінованій формі проведення екзамену (тестування та усна компонента).

При виставленні підсумкової оцінки (балів) з навчального курсу враховуються результати поточного контролю.

Виконання контрольної роботи є обов'язковою умовою для здобувачів вищої освіти, що навчаються за заочною формою. Завдання для контрольних робіт добираються з теоретичних питань і тестів, що охоплюють зміст робочої програми дисципліни.

Зарахування кредитів навчального курсу можливо тільки після досягнення результатів, запланованих РПНД, що виражається в одній з позитивних оцінок, передбачених чинним законодавством.

7.1. Форми контролю результатів навчальної діяльності здобувачів вищої освіти та їх оцінювання

Практична робота

Бал	Критерії оцінювання
5	Робота виконана у встановлений термін. Здобувач вищої освіти самостійно визначає тип задачі чи ситуаційного завдання і раціонально вирішує. Може розв'язувати комбіновані задачі. Звіт відповідає встановленим вимогам.
4	Робота виконана з порушенням встановлених термінів. Здобувач вищої освіти наводить потрібні формули. Розв'язує задачу чи ситуаційне завдання користуючись алгоритмом. Складений звіт містить неточності у висновках та помилки.
3	Здобувач вищої освіти складає скорочену умову задачі чи ситуаційного завдання, робить обчислення лише за готовою формулою.
0	Здобувач вищої освіти не розв'язує задачі та ситуаційні завдання.

Критерії оцінювання поточного модульного контролю знань здобувачів вищої освіти у формі тестування (для денної форми навчання)

Правильних відповідей, %	100	90	80	70	60	50	40	30	20	10
Бал	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1

7.2. Узагальнюючі результати поточного контролю знань здобувачів вищої освіти за модулями та формами навчання

Форма контролю	Максимальна кількість балів	
	Денна форма	Заочна форма
Виконання практичних робіт	8 роб. × 5 балів = 40 балів	-
Поточний модульний контроль	2 МКР × 10 балів = 20 балів	-
Виконання контрольних робіт	-	-
Всього	60	-

Система нарахування рейтингових балів та критерії оцінювання контрольної роботи (для заочної форми навчання)

Бал	Критерії оцінювання
1	2
30	Робота виконана у встановлений термін. Матеріал викладено у достатньому обсязі, аргументовано і у правильній послідовності. Використані не тільки рекомендовані джерела інформації, а й новітні, самостійно знайдені у періодичних виданнях та в інтернет-ресурсах. Правильно сформульовані узагальнюючі висновки. Робота достатньо ілюстрована, оформлена акуратно, з дотриманням вимог до технічної документації. Під час захисту роботи здобувач вищої освіти вільно орієнтується в матеріалах
20	Робота виконана у встановлений термін. Матеріал викладено у достатньому обсязі, логічно. Використані рекомендовані джерела інформації. Правильно сформульовані узагальнюючі висновки. Робота оформлена акуратно, з дотриманням вимог до технічної документації. Під час захисту роботи здобувач вищої освіти орієнтується в матеріалах, у відповідях є неточності

1	2
10	Робота виконана з порушенням встановлених термінів. Матеріал викладено у правильній послідовності, але недостатньо повно. Недостатньо використані рекомендовані джерела інформації. Висновки сформульовані формально або не зв'язані з матеріалами роботи. В оформленні роботи є порушення вимог до технічної документації. Під час захисту роботи здобувач вищої освіти в цілому орієнтується в матеріалах, у відповідях є помилки та неточності
5	Робота виконана з порушенням встановлених термінів. Матеріал викладено безсистемно, висновки сформульовані формально або відсутні. Робота оформлена неохайно, з порушенням вимог до технічної документації. Під час захисту роботи здобувач вищої освіти слабо орієнтується в матеріалах, у відповідях є помилки
0	Роботу не виконано

Підсумковий контроль знань здобувачів вищої освіти у формі комплексного екзамену

Підсумковий контроль знань здобувачів вищої освіти складається з тестування та усної відповіді на три контрольних питання.

Критерії оцінювання тестування здобувачів вищої освіти

Правильних відповідей, %	100	90	80	70	60	50	40	30	20	10
Бал	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1

Критерії оцінювання усної відповіді здобувачів вищої освіти

Бал	Критерії оцінювання
10	Здобувач вищої освіти в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно й аргументовано його висвітлює, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних запитань; вільно послуговується науковою термінологією, наводить аргументи на підтвердження власних думок, здійснює аналіз та робить висновки.
8	Здобувач вищої освіти достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його висвітлює, розкриває зміст теоретичних запитань, послуговується науковою термінологією. Проте виклад окремих питань недостатньо змістовний та аргументований, допущені окремі несуттєві неточності та незначні помилки.
6	Здобувач вищої освіти загалом володіє навчальним матеріалом, висвітлює його основний зміст під час усних виступів, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації. Допускає окремі суттєві неточності та помилки.
4	Здобувач вищої освіти володіє навчальним матеріалом не в повному обсязі, висвітлює його фрагментарно, без обґрунтування, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань, допускає суттєві неточності.
2	Здобувач вищої освіти частково володіє навчальним матеріалом, не в змозі висвітлити зміст питань, допускаючи при цьому суттєві помилки.
0	Здобувач вищої освіти не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його висвітлити, не розуміє змісту теоретичних питань.

8. Критерії оцінювання результатів навчання

№ змістового модуля	Тема	Денна форма		Заочна форма	
		Вид роботи	Кількість балів	Вид роботи	Кількість балів
1	2	3	4	5	6
ЗМ 1	T2	Практична робота № 1	5	-	-
	T3	Практична робота № 2	5	-	-
	T4	Практична робота № 3	5	-	-
	-	-	-	-	-
ПМК 1			10	-	-
ЗМ 2	T5	Практична робота № 4	5	-	-
	T6	Практична робота № 5	5	-	-
	T7	Практична робота № 6	5	-	-
	T8	Практична робота № 7	5	-	-
	T9	Практична робота № 8	5	-	-
	-	-	-	-	-
ПМК 2			10	-	-
Підсумковий контроль	Екзамен, в т.ч.		40	-	-
	Тестування		10	-	-
	Усна відповідь		30	-	-
Сума			100	-	-

9. Засоби навчання

Технічні засоби навчання: мультимедійний проектор, персональні комп'ютери з підключенням до мережі Інтернет.

При проведенні занять за дистанційною формою навчання використовуються дистанційні платформи й інформаційно-комунікаційні технології (Moodle, Google Classroom, DingTalk, ZOOM Cloud Meetings, Skype, Viber, WeChat, Telegram, соціальні мережі тощо).

10. Рекомендовані джерела інформації

Основна література

1. Барабанова В.В. Маркетингові дослідження: навч. посіб. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2020. 136 с.
2. Веретенникова Г.Б. Планування та організація діяльності підприємства: навч. посібник Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2020. 210 с.
3. Галушка З. І. Економіка: теорія і практика: підручник / З. І. Галушка, Г. М. Поченчук; М-во освіти і науки України, Чернів. нац. ун-т. – Чернівці : ЧНУ, 2020. 232 с.

4. Захарченко П.В., Самойленко А.А., Кулік А.В. Маркетингові дослідження: підручник. Центр учбової літератури, 2023. 234 с.

5. Квятко Т.М., Мандич О.В., Сєвідова І.О., Бабко Н.М., Романюк І.А., Вітковський Ю.П., Микитась А.В. Маркетингові дослідження: навч. посібник. Харків: ХНТУСГ, 2020. 163 с.

6. Кожемяченко О.О. Конспект лекцій з дисципліни «Економіка і організація виробництва» для студентів 141 «Електроенергетика, електротехніка і електромеханіка» денної і заочної форми навчання. К., 2018. 115 с.

7. Лазебник Л.Л., Гурочкіна В.В., Слюсарєва Л.В. та ін. Економіка підприємства: підручник / за заг. ред. Л.Л. Лазебник. Ірпінь: Університет ДФС України, 2021. 426 с. URL: <http://ir.nusta.edu.ua/jspui/handle/123456789/7699>

8. Лисак О.І., Андрєєва Л.О., Болтянська Л.О. Економіка підприємства: навч. посіб. Мелітополь: Люкс, 2020. 272 с.

9. Маркетингові дослідження : навч. посіб. / Безугла Л.С., Ільченко Т.В., Юрченко Н.І. та ін.. Дніпро: Біла К.О., 2019. 300 с.

10. Мартинович Н.О., Горник В.Г., Бойченко Е.Б. Маркетингові дослідження: навчальний посібник. Київ: «Видавництво Людмила», 2021. 323 с.

11. Парсяк В. Н. Маркетинг: сучасна концепція та технології : підручник. стер. Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2020. 326 с.

12. Петренко К.В., Скоробогатова Н.Є. Економіка і організація виробництва: навчальний посібник для здобувачів ступеня бакалавра за технічними та інженерними спеціальностями. К.: КПП ім. Ігоря Сікорського, 2019. 177 с.

13. Скловська Є.Г., Сердюк Б.М., Бахмачук С.В., Шевченко Т.Є. Економіка енергетики: підручник. К.: Каравела, 2019. 492 с.

Допоміжна література

14. Гліненко Л.К., Дайновський Ю.А. Цифрові маркетингові комунікації в Україні в аспекті готовності споживачів. *Маркетинг і цифрові технології*. Том 6. №1. 2022.

15. Економіка енергетики: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л.Г. Мельника, д.е.н., проф. І.М. Сотник. Суми: Університетська книга, 2015. 378 с.

16. Енергетична безпека України: методологія системного аналізу та стратегічного планування : аналіт. доп. / Суходоля О. М., Харазішвілі Ю. М., Бобро Д. Г., Сменковський А. Ю., Рябцев Г. Л., Завгородня С. П.; за заг. ред. О. М. Суходолі. – Київ : НІСД, 2020. 178 с.

17. Енергетична стратегія України на період до 2030 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/n0002120-13#Text>

18. Затверджено перший професійний стандарт з маркетингу. *Маркетинг в Україні*. 2021. № 5. С. 5–27.

19. Лилик І. Роль маркетингових досліджень в Україні 2020 рік: експертна оцінка та аналіз УАМ. *Маркетинг в Україні*. 2021. №1 С.4-25.

20. Окландер М.А., Окландер Т.О., Яшкіна О.І. Тенденції маркетингових досліджень: онлайн-панелі та онлайн-спільноти. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2018. №1. С.118-129.

21. Храпкіна В.В., Кузнєцова К.В. Роль маркетингових досліджень у забезпеченні ефективної роботи підприємств. *ДонДУУ «Менеджер»*. №2 (83). 2019. С. 42-51.

Інформаційні ресурси в Інтернеті

22. Господарський кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>.

23. Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України. URL: <http://www.kmu.gov.ua>.

24. Закон України «Про ринок електричної енергії» (із змінами, в редакції від 09.12.2021). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2019-19/print>

25. Інтернет-портал для управлінців. URL: <http://www.management.com.ua>.

26. Міністерство економіки України. URL: <https://www.kmu.gov.ua/catalog/ministerstvo-ekonomiky-ukraini>.

27. Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua>.

28. Офіційний сайт Верховної Ради України. URL: <http://www.rada.gov.ua>.

29. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

30. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: <https://www.kmu.gov.ua/catalog/ministerstvo-finansiv-ukraini>.

31. Офіційний сайт Національного інституту стратегічних досліджень. URL: <http://www.niss.gov.ua>

32. Офіційний сайт ХННІ НУК. URL: <http://kb.nuos.edu.ua>.

33. Правила ринку електричної енергії (затв. постановою НКРЕКП від 14.03.2018 № 307). URL: https://ua.energy/wp-content/uploads/2022/06/Pravyla_rynku_zi_zminamy_vid-01.06.2022-1-1.docx.

34. Цивільний кодекс України. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.

Доктор екон. наук, професор

І.І. Надточій

Питання для модульного контролю знань

Контрольні питання до 1-го модуля

1. Що таке маркетингові дослідження?
2. Які основні ознаки маркетингових досліджень?
3. Назвіть провідні міжнародні організації в сфері маркетингових досліджень.
4. Які фактори впливають на розвиток сфери маркетингових досліджень в Україні?
5. Які основні тенденції сучасної вітчизняної індустрії маркетингових досліджень?
6. Для чого компанії проводять маркетингові дослідження? Які можливі негативні наслідки для компаній, що не здійснюють маркетингових досліджень?
7. Назвіть основні принципи маркетингових досліджень.
8. У чому полягають принципи системності і систематичності маркетингових досліджень?
9. Що таке релевантність маркетингового дослідження?
10. Сформулюйте методологічний базис маркетингових досліджень.
11. Які загальнонаукові методи використовуються в маркетингових дослідженнях?
12. Які аналітико-прогностичні методи використовуються в маркетингових дослідженнях?
13. Для чого в маркетингових дослідженнях використовують методи статистичного аналізу?
14. Назвіть основні Директиви і Керівництва ESOMAR.
15. Чому присвячений Міжнародний процесуальний кодекс маркетингових і соціальних досліджень?
16. Назвіть основні напрями маркетингових досліджень.
17. Розкрийте сутність маркетингової інформаційної системи.
18. Наведіть приклади сучасних інформаційних технологій та їх використання у практиці маркетингових досліджень.
19. Дайте визначення синдикативної інформації.
20. Як організовується процес збору та інтерпретації маркетингової інформації.
21. Які методи збору первинної інформації: опитування, спостереження, експеримент, імітація.
22. Охарактеризуйте маркетингові інформаційні системи.
23. Назвіть основні підходи до збору даних.
24. Охарактеризуйте структуру звіту про проведене дослідження.
25. Наведіть класифікацію маркетингової інформації.
26. Перелічіть джерела маркетингової інформації. Наведіть відповідні приклади.

27. Розкрийте сутність сегментування ринку. Охарактеризуйте рівні сегментування ринку.
28. Які фактори впливають на сегментування ринку ?
29. Охарактеризуйте процес та критерії сегментування споживачів, товарних ринків, конкурентів.
30. Дайте визначення та розкрийте сутність місткості ринку.
31. Охарактеризуйте види місткості ринку та їх принципові відмінності.
32. Дайте визначення та розкрийте сутність кон'юнктури ринку.
33. Розкрийте сутність кон'юнктури товарного ринку та наведіть ієрархічну класифікацію його підвидів.
34. Що являє собою дослідження кон'юнктури ринку? Відповідно до яких принципів воно проводиться?
35. Наведіть та прокоментуйте класифікацію видів ринків за маркетинговим підходом.
36. Які методи вивчення ринку та його прогнозування використовують в ході дослідження кон'юнктури ринку?
37. Розкрийте сутність прогнозу товарного ринку.
38. Які вимоги висувають до складання прогнозу товарного ринку? Прокоментуйте їх.
39. Наведіть види конкуренції за різними ознаками. Прокоментуйте відповідь.
40. Охарактеризуйте типи ринків та види монополій.
41. Що представляє собою конкурентна ситуація? Здійсніть порівняння конкурентних ситуацій для підприємства.
42. Розкрийте сутність конкурентного середовища. Які існують види конкурентного середовища?
43. Охарактеризуйте групи факторів, що впливають на конкурентне середовище.
44. Розкрийте принципи розвитку конкурентного середовища.
45. Назвіть етапи дослідження конкурентного середовища.
46. Охарактеризуйте методи, які використовуються на кожному з етапів дослідження конкурентного середовища.
47. Які групи конкурентів виділяють в залежності від оцінки потреб, які задовольняють ринок та залежно від маркетингових стратегій.
48. Що отримують дослідники за результатами дослідження конкурентного середовища? Для чого вони це отримують?

Контрольні питання до 2-го модуля

1. Розкрийте сучасні тенденції розвитку світової енергетики.
2. У чому полягають труднощі сучасного використання альтернативних джерел енергії?
3. Охарактеризуйте особливості енергетичної галузі.
4. Назвіть фактори, що впливають на рівень споживання ПЕР.
5. Дайте характеристику основних макроекономічних показників енергетичного розвитку.

6. Охарактеризуйте основні макроекономічні показники енергетичного розвитку України.
7. Розкрийте причини високої енергоємності ВВП України.
8. Розкрийте суть та призначення основного капіталу.
9. Охарактеризуйте склад та структуру основних фондів енергетичного підприємства.
10. Що таке виробнича структура основних фондів? Яке значення аналізу структури основних фондів?
11. Розкрийте зміст понять активна та пасивна частини основних фондів. Наведіть приклади.
12. Охарактеризуйте грошову форму обліку наявності та руху основних виробничих фондів.
13. Охарактеризуйте зношення основних фондів: моральне і фізичне.
14. Дайте визначення, розкрийте механізм компенсації.
15. Як здійснюється нарахування амортизації за сучасних умов?
16. Охарактеризуйте прискорену амортизацію за схемою: поняття, умови застосування, переваги.
17. Назвіть узагальнюючі показники використання основних фондів.
18. Розкрийте окремі показники використання основних фондів за схемою: поняття, розрахунок, критеріальна база.
19. Охарактеризуйте види потужностей електростанцій.
20. Охарактеризуйте показники використання виробничої потужності.
21. Охарактеризуйте склад обігових коштів підприємства.
22. Охарактеризуйте цикл обігових коштів.
23. Як класифікуються обігові кошти?
24. У чому полягають основне завдання та етапи нормування обігових коштів?
25. До чого призводить завищення або заниження нормативу обігових коштів?
26. Як нормуються виробничі запаси?
27. Як визначаються показники оборотності обігових коштів?
28. Як здійснюється розрахунок абсолютного і відносного вивільнення обігових коштів?
29. Розкрийте основні напрямки прискорення оборотності обігових коштів.
30. Розкрийте економічну сутність собівартості. У чому полягають мета і значення обліку собівартості в енергетиці?
31. Розкрийте особливості формування собівартості в енергетиці.
32. Охарактеризуйте основні види собівартості в енергетиці.
33. Що таке кошторис витрат підприємства?
34. Розкрийте калькуляційний розріз витрат виробництва електроенергії.
35. Які існують види калькуляції?
36. Охарактеризуйте класифікацію витрат підприємства за структурою. Наведіть приклади.

37. Які існують види витрат залежно від способу віднесення на собівартість продукції? Наведіть приклади.
38. Як формується собівартість енергії на ТЕС і котельнях?
39. Розкрийте особливості формування собівартості електроенергії на АЕС.
40. Назвіть склад собівартості передачі електроенергії. Як формується повна собівартість одиниці енергії?
41. Охарактеризуйте види нормативних витрат електроенергії підприємствами теплоенергетики під час виробництва, транспортування та постачання (розподілу) теплової енергії. З якою метою вони розраховуються?
42. Охарактеризуйте порядок розрахунку нормативних витрат електроенергії у натуральному та вартісному вимірах.
43. Охарактеризуйте балансовий метод обліку і калькулювання фактичної собівартості виробництва електроенергії на ТЕЦ.
44. Чим відрізняється структура собівартості на станціях різного типу?
45. Як визначається собівартість передачі та розподілу електроенергії і теплоенергії?
46. Розкрийте шляхи зниження собівартості електричної та теплової енергії.
47. У чому полягає сутність категорії «ціна» в умовах ринкової економіки для підприємства?
48. Яким є порядок установа ціни на рівні підприємства?
49. Охарактеризуйте види цін за рівнем формування.
50. Охарактеризуйте види цін за специфікою.
51. Охарактеризуйте види цін за ступенем впливу на них держави.
52. Охарактеризуйте сучасні основні тенденції та механізми формування цін на основні види паливно-енергетичних ресурсів: нафту, вугілля, природний газ.
53. Які підходи існують до встановлення цін на природний газ? Поясніть сутність кожного.
54. Розкрийте особливості формування цін на природний газ в Україні.
55. Охарактеризуйте суть та основні функції тарифів на електроенергію.
56. Які існують основні концепції формування тарифних ставок?
57. Охарактеризуйте показники для розрахунку тарифних ставок.
58. Охарактеризуйте види тарифів на електроенергію.
59. Розкрийте сутність тарифних систем.
60. Охарактеризуйте тарифи на електроенергію в Україні.
61. Розкрийте поняття прибутку, його складових.
62. Охарактеризуйте види прибутку.
63. Які фактори впливають на величину прибутку?
64. Що таке рентабельність? Охарактеризуйте її види.
65. Що є об'єктом оцінювання економічної ефективності?
66. Розкрийте поняття і взаємозв'язок ефекту і результату.
67. Розкрийте поняття ефективності й економічної ефективності.

68. Які фактори впливають на вибір методичного інструментарію оцінювання ефективності?

69. Охарактеризуйте, яким чином враховуються показники ефективності при прийнятті рішень «інвестиційної» спрямованості.

70. У чому полягає специфіка урахування показників ефективності при прийнятті рішень «ресурсної» спрямованості?

71. Як обчислюється економічна ефективність в умовах прийняття рішень «комбінованої» спрямованості?

72. У чому полягають функції конкретних та узагальнюючих показників ефективності?

73. Розкрийте поняття абсолютних показників економічної ефективності.

74. Охарактеризуйте строк окупності витрат як форму показника ефективності.

75. Назвіть інтегральні та елементарні показники економічної ефективності капітальних вкладень в енергетичні об'єкти.

76. Як визначаються балансовий прибуток, поточний річний чистий прибуток і чистий грошовий потік?

77. Охарактеризуйте процедуру розрахунку інтегрального дисконтованого чистого прибутку та його критеріальні значення.

78. Що таке внутрішня норма рентабельності? Як оцінити економічну ефективність капітальних вкладень за допомогою цього показника?

79. Охарактеризуйте застосування періоду повернення капіталу як показника та критерію ефективності.

80. Розкрийте сутність показника рентабельності за доходами та особливості його застосування.

81. Охарактеризуйте порядок розрахунку елементарних показників ефективності.

82. Як здійснюється оцінка економічної ефективності витрат на природоохоронні заходи в енергетиці?

83. Охарактеризуйте показник загальної (абсолютної) економічної ефективності капітальних вкладень у природоохоронні заходи.

84. Охарактеризуйте основні технології «зеленої» енергетики.

85. Охарактеризуйте основні напрямки і результати розвитку «зеленої» енергетики в ЄС.

86. Дайте визначення поняття «енергоефективність». Назвіть основні чинники і напрямки підвищення енергоефективності.

87. Що таке будинок із нульовим енергоспоживанням?

88. Охарактеризуйте потенціал розвитку відновлювальної енергетики в Україні та найбільш перспективні напрямки освоєння ВДЕ.

89. Який економічний інструментарій використовується в Україні для заохочення генерації електроенергії з ВДЕ?

90. Які податкові та митні пільги можуть бути використані у процесі впровадження проектів, що претендують на отримання ЗТ, в Україні?