

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»**

Навчально-науковий інститут денної освіти
Кафедра маркетингу

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

«Маркетинг венчурного ринку»

на 2023-2024 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	4 курс
Освітня програма/спеціалізація	«Маркетинг»
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Ступінь вищої освіти	Бакалавр

ПІБ НПП, які ведуть дану дисципліну,
науковий ступінь і вчене звання,
посада

Карпенко Наталія Володимирівна

д.е.н., професор

професор кафедри маркетингу

Контактний телефон	+38-050-614-74-57
Електронна адреса	knataliya54@gmail.com
Розклад навчальних занять	http://schedule.puet.edu.ua/
Консультації	очна http://www.marketing.puet.edu.ua/ он-лайн: електронною поштою, у месенджерах
Сторінка дистанційного курсу	https://el.puet.edu.ua/

Опис навчальної дисципліни

Мета вивчення навчальної дисципліни	Метою викладання навчальної дисципліни є дослідження особливостей і перспектив та обґрунтування доцільності венчурного інвестування управління маркетингом малих підприємств, визначення ефективних форм венчурного інвестування.
Тривалість	5 кредитів ECTS, 150 год. (лекції 18 год., практичні 42 год., самостійна робота студентів 90 год.)
Форми та методи навчання	Лекції та практичні заняття в аудиторії та виїзні, самостійна робота поза розкладом Інструктування, сторітелінг, інфографіка, творчі роботи, узагальнення і систематизації знань, частково-пошукові, генерації ідей, симуляційні, дискусійні, проблемно-рольові
Система поточного та підсумкового контролю	Поточний контроль: відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; тестування; поточна модульна робота Підсумковий контроль: залік (ПМК).
Базові знання	Наявність широких знань із застосування сучасних технологій у маркетинговій діяльності.
Мова викладання	Українська

Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
<p>ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>ПР11. Демонструвати вміння застосовувати</p>	<p>ЗК01. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК02. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК03. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК04. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК06. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК07. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p>

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
<p>міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.</p> <p>ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>ПР18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p> <p>ПР19. Використовувати набуті маркетингові навички для розвитку підприємств малого та середнього бізнесу.</p> <p>ПР20. Застосування набутих маркетингових навичок в умовах військового стану та післявоєнної відбудови країни.</p>	<p>ЗК08. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК09. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> <p>СК03. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК04. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК05. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК06. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК07. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК08. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p> <p>СК15. Здатність планування та провадження маркетингової діяльності підприємств малого та середнього бізнесу в умовах невизначеності.</p>

Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Модуль 1. Теоретичні аспекти венчурного бізнесу		
Тема 1. Поняття венчурного бізнесу, венчурного інвестування	Відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; поточні модульні роботи, творчі проекти	Історичні передумови появи венчурного ринку
Тема 2. Суб'єкти венчурного ринку, дослідження етапів їх становлення в Україні та стадій розвитку	Відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; поточні модульні роботи, творчі проекти	Розподіл венчурного ринку за категоріями привабливості
Тема 3. Дослідження форм участі інвесторів у фінансуванні інноваційних проєктів	Відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; поточні модульні роботи, творчі проекти	Побудова бази даних інвесторів із застосуванням маркетингового інструментарію
Тема 4. Розуміння життєвого циклу венчурного підприємства	Відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; поточні модульні роботи, творчі проекти	Застосування маркетингових стратегій відповідно до етапів життєвого циклу венчурного підприємства
Модуль 2. Практичні підходи до функціонування на венчурному ринку		

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Тема 5. Техніко-економічне обґрунтування стратегічних завдань по розробці інвестиційних проектів	Відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; поточні модульні роботи, творчі проекти	Бізнес-планування проектної пропозиції
Тема 6. Маркетингові дослідження венчурного ринку	Відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; поточні модульні роботи, творчі проекти	Формування конкурентоспроможності підприємства на венчурному ринку
Тема 7. Побудова бази даних вітчизняних та іноземних інвесторів	Відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; поточні модульні роботи, творчі проекти	Пошук інвесторів та їх ранжування
Тема 8. Формування привабливої інвестиційної пропозиції	Відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; поточні модульні роботи, творчі проекти	Розробка привабливої інвестиційної пропозиції
Тема 9. Маркетинговий інструментарій просування інвестиційної пропозиції	Відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; поточні модульні роботи, творчі проекти	Комплекс маркетингу для інвестиційної пропозиції

Інформаційні джерела

1. Blockab J. Private Equity Investment Criteria: an Experimental Conjoint Analysis of Venture Capital, Business Angels, and Family Offices / J.Blockab, C.Fischab, S.Vismaracq, R. Andresa // Journal of Corporate Finance. – 2019. – № 58. – P.329–352.
2. Karpenko N.V.. Digital marketing technologies for small and medium enterprises / N.V. Karpenko, M.M. Ivannikova // Економічний вісник НТУУ «КПІ». - Київ, 2021. - № 18. <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/233926>
3. Moroni I. The Design and Technological Innovation: How to Understand the Growth of Startups Companies in Competitive Business Environment / I.Moroni, A.Arruda, K. Araujo // Procedia Manufacturing. – 2015. – № 3. – P.2199-2204.
4. Гейдор А.П. Джерела фінансування стартапів в Україні / А.П. Гейдор, Т.М.Бізбіз // Інвестиції: практика та досвід. – 2020. – №1. – С. 73–78.
5. Закон України від 30.11.2007 № 1082 «Про венчурну діяльність в інноваційній сфері». <https://ips.ligazakon.net/document/JF0U200A?an=3>
6. Карпенко Н.В. Нейромаркетинг для малого бізнесу / Н.В. Карпенко, М.М. Іваннікова // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2020. № 2 (98). - с. 65-74. <http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/9934/1/2%20%2898%29%202020.pdf>
7. Карпенко Н.В. Сучасний маркетинг: особливості, тенденції та виклики / Н. В. Карпенко // Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст. Частина 2 : монографія / за науковою редакцією Н. В. Карпенко). - Полтава : ПУЕТ, 2021. - с. 40 - 69. <https://bit.ly/3Bdivd4>
8. Карпенко Н.В. Сучасні маркетингові тенденції розвитку малого бізнесу / Н. В. Карпенко, Д. Д. Легута // Актуальні питання розвитку науки та забезпечення якості освіти у XXI столітті : тези доповідей XLV Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2021 рік (м. Полтава, 13–14 квітня 2022 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2022. – Ч. 2. - с. 109-110.
9. Карпенко Н.В. Управління маркетингом на підприємствах малого та середнього бізнесу: Монографія. – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2008. – 363 с. <https://cutt.ly/12rW8T0>
10. Корпоративний інвестиційний фонд (КІФ). https://www.saad.legal/services/kif/?gclid=Cj0KCQiAtbqdBhDvARIsAGYnXBP2hzEbmS621X84Rx_pY8Uoo30vJdktN-MNzUAHNrnG4f9dOCJ6Xr0aApmCEALw_wcB

11. Краус К.М. Венчурне інвестування управління маркетингом малих торговельних підприємств: умови та джерела – Маркетинг і менеджмент інновацій, 2016, № 1 https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2016_1_73_83.pdf
12. Литвин І. В., Шевчук К. С. Венчурний бізнес в Україні: сучасний стан та передісторія розвитку. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку. – N 2 (8), 2022. <https://science.lpnu.ua/uk/smeu/vsi-vypusky/vypusk-4-nomer-2-2022/venchurnyy-biznes-v-ukrayini-suchasnyy-stan-ta-peredistoriya>
13. Особливості венчурного бізнесу в Україні. [Електронний ресурс]. – URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_04/05.pdf. – Назва з екрану.
14. Проблеми та шляхи розвитку венчурного бізнесу в Україні. [Електронний ресурс]. – URL: www.kneu.kiev.ua/data/
15. Сітченко Г. М. . Щодо поняття венчурного інвестування інноваційної діяльності. Право та інновації № 2 (34) 2021. <https://openarchive.nure.ua/server/api/core/bitstreams/1cbcf6b1-ded8-4229-992b-a1a2b312d82d/content>

Програмне забезпечення навчальної дисципліни

1. Пакет програмних продуктів Microsoft Office.

Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання

1. Політика щодо термінів виконання та перескладання: завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75 % від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). Перескладання модулів відбувається із дозволу провідного викладача за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
2. Політика щодо академічної доброчесності: студенти мають свідомо дотримуватися «Положення про академічну доброчесність» (http://puet.edu.ua/sites/default/files/polozhennya_pro_akademichnu_dobrochesnist_2020.pdf); списування під час виконання поточних модульних робіт та тестування заборонено (в т. ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття.
3. Політика щодо відвідування: відвідування занять є обов'язковим компонентом. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі (Moodle) за погодженням із провідним викладачем..
4. Політика зарахування результатів неформальної освіти: <http://www.puet.edu.ua/uk/neformalna-osvita> http://puet.edu.ua/sites/default/files/polozhennya_pro_zarahunannya_rezultativ_neformalnoyi_osvity_0.pdf

Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-4): відвідування занять (8 балів); захист домашнього завдання (8 балів); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (8 балів); завдання самостійної роботи (8 балів); тестування (4 бали); поточна модульна робота (10 балів)	50
Модуль 2 (теми 5-9): відвідування занять (8 балів); захист домашнього завдання (8 балів); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (8 балів); завдання самостійної роботи (8 балів); тестування (4 бали); поточна модульна робота (10 балів)	50
Разом	100

Шкала оцінювання здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	Відмінно
82-89	B	Дуже добре
74-81	C	Добре
64-73	D	Задовільно
60-63	E	Задовільно достатньо
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни