

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

(найменування центрального органу виконавчої влади у сфері освіти і науки)

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

(повне найменування закладу вищої освіти)

Кафедра Електропостачання промислових підприємств

(назва кафедри, яка відповідає за дисципліну)

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Ректор (перший проректор)

“ _____ ” _____ 20__ року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Менеджмент та маркетингові дослідження в енергетиці

(код і назва навчальної дисципліни)

спеціальність 141 Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка

(код і назва спеціальності)

освітня програма (спеціалізація) Енергетичний менеджмент

(назва спеціалізації)

факультет Електротехнічний факультет

(назва факультету)

мова навчання українська

Запоріжжя – 2023 рік

Робоча програма дисципліни Менеджмент та маркетингові дослідження в енергетиці
(назва навчальної дисципліни)
 для студентів спеціальності 141 Електроенергетика, електротехніка та
електромеханіка, освітня програма (спеціалізація) Енергетичний менеджмент.
(назва спеціалізації)

„09” лютого, 2023 року - 12 с.

Розробники: Братковська К.О., доцент кафедри Електропостачання промислових
підприємств, канд. екон. наук, доцент
 (вказати авторів, їхні посади, наукові ступені та вчені звання)

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри
Електропостачання промислових підприємств

Протокол від “09” лютого 2023 року № 6

Завідувач кафедри Електропостачання промислових підприємств

_____ (О.А.Шрам)
(підпис) (прізвище та ініціали)
 “ _____ ” _____ 20__ року

Схвалено науково-методичною комісією Електротехнічного факультету

Протокол від. “ _____ ” _____ 20__ року № _____

“ _____ ” _____ 20__ року Голова _____ (М.Л. Антонов)
(підпис) (прізвище та ініціали)

Узгоджено групою забезпечення освітньої програми* _____

“ _____ ” _____ 20__ року Керівник групи _____ (_____)
(підпис) (прізвище та ініціали)

*Якщо дисципліна викладається невипусковою кафедрою

Запоріжжя, 2023 рік

Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 4	Галузь знань 14 <u>Електрична інженерія</u> (шифр і назва)	Обов'язкова	
Модулів – 2	Спеціальність (освітня програма, спеціалізація): <u>141 Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка</u> (Енергетичний менеджмент)	Рік підготовки:	
Змістових модулів –		3-й	3-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання - (назва)		Семестр	
Загальна кількість годин - 120		5-й	5-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 3 самостійної роботи студента – 4	Освітній ступінь: бакалавр	Лекції	
		28 год.	6 год.
		Практичні, семінарські	
		14 год.	2 год.
		Лабораторні	
		Самостійна робота	
		78 год.	112 год.
		Індивідуальні завдання:	
		Вид контролю: залік	

Примітка.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання – 42/78

для заочної форми навчання – 8/112.

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

У результаті освоєння навчальної дисципліни «Менеджмент та маркетингові дослідження в енергетиці» студент повинен оволодіти низкою теоретичних знань та практичних навичок щодо особливостей маркетингової діяльності в енергетиці, а також ефективного управління маркетинговою діяльністю енергетичного підприємства.

Вивчення дисципліни «Менеджмент та маркетингові дослідження в енергетиці» формує у студентів вміння практично застосовувати термінологію та понятійний апарат маркетингу, маркетингових досліджень, сегментації ринку, товару (послуги), ціни; вивчення методів прогнозування попиту на енергоресурси.

Навчальна дисципліна «Менеджмент та маркетингові дослідження в енергетиці» продовжує фахову економічну підготовку студента і базується на знаннях, отриманих при вивченні дисциплін «Перспективи розвитку систем електропостачання», «Економіка енергетичної галузі».

Вивчення дисципліни «Менеджмент та маркетингові дослідження в енергетиці» студентами освітньої програми «Енергетичний менеджмент» є підґрунтям для виконання окремих розділів при дипломному проектуванні.

Мета: оволодіння студентами сукупністю економічних знань, необхідних для майбутньої професійної діяльності у галузі електроенергетики, підготовка висококваліфікованих спеціалістів, які б володіли як теоретичними, так і практичними знаннями, відповідними уміннями і навичками застосування цих знань у практичній професійній діяльності, а також формування у студентів відповідних знань, вміння аналізувати ситуацію і приймати обґрунтовані рішення.

Внаслідок вивчення навчальної дисципліни студент повинен бути здатним продемонструвати такі **результати навчання**:

ЗК1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу і синтезу.

ЗК2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК3. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК4. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК5. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК6. Здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

ЗК7. Здатність працювати в команді.

ЗК8. Здатність працювати автономно.

ЗК9. 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.

ФК7. Здатність розробляти проекти електроенергетичного, електротехнічного та електромеханічного устаткування із дотриманням вимог законодавства, стандартів і технічного завдання.

ФК9. Усвідомлення необхідності підвищення ефективності електроенергетичного, електротехнічного та електромеханічного устаткування.

ФК13. Усвідомлення особливостей задач забезпечення балансу потужності в ОЕС України.

ПРН10. Знаходити необхідну інформацію в науково-технічній літературі, базах даних та інших джерелах інформації, оцінювати її релевантність та достовірність.

ПРН11. Вільно спілкуватися з професійних проблем державною та іноземною мовами усно і письмово, обговорювати результати професійної діяльності з фахівцями та нефахівцями, аргументувати свою позицію з дискусійних питань.

ПРН13. Розуміти значення традиційної та відновлюваної енергетики для успішного економічного розвитку країни.

ПРН 21. Вміти виконувати техніко-економічне обґрунтування та оцінювати економічну ефективність від впровадження енергозберігаючих заходів, техніки та технології, в т.ч. розроблених самостійно.

2 Програма навчальної дисципліни

Модуль 1. Менеджмент в енергетиці.

Тема 1. Основні поняття менеджменту.

Предмет, об'єкт, суб'єкт менеджменту. Закони і закономірності менеджменту. Історія розвитку менеджменту.

Тема 2. Принципи, функції, методи в менеджменті.

Особливості процесу управління. Інтегровані підходи. Класифікація, характеристика функцій менеджменту. Планування. Організація. Мотивування. Контролювання. Регулювання. Сутність та класифікація методів менеджменту. Економічні методи. Соціально-психологічні методи. Адміністративні методи.

Тема 3. Методи управління.

Організація як об'єкт управління. Сутність та процес вироблення управлінських рішень. Класифікація управлінських рішень. Класифікація управлінських рішень. Моделі прийняття управлінських рішень.

Тема 4. Оцінювання персоналу.

Керівництво та лідерство.

Тема 5. Основи енергетичного менеджменту.

Цикл PDCA. Структура організації та місце енергоменеджменту в ній. Вимоги до енергоменеджера. Інформація та комунікація.

Модуль 2. Маркетингові дослідження на енергетичних ринках.

Тема 6. Основні поняття.

Поняття маркетингу. Комплекс елементів маркетингу. Принципи та функції маркетингової діяльності підприємства. Внутрішнє і зовнішнє маркетингове середовище підприємства. Зовнішні фактори мікросередовища: постачальники, конкуренти, споживачі, посередники та контактні аудиторії; їх характеристика та значення для суб'єктів ринку. Основні фактори макросередовища: демографічні, економічні, природно-кліматичні, науковотехнічні, політичні, культурні. Особливості електроенергії як товару. Якість електроенергії, надійність електропостачання. Конкурентоспроможність електроенергії. Екологічні параметри конкурентоспроможності електроенергії.

Тема 7. Маркетингові дослідження на енергетичних ринках.

Сутність та види маркетингових досліджень, процес їх проведення. Напрями маркетингових ринкових досліджень. Основні завдання і принципи маркетингових досліджень. Структура та алгоритм процесу маркетингових досліджень. Маркетингова інформаційна система енергетичного підприємства. Методи збору маркетингової інформації. Цінність маркетингової інформації. Види маркетингової інформації в залежності від рівня, призначення, власності,

меж доступності, ролі в діяльності підприємства, змісту, джерел опитування, потреб підприємства, аспектів його маркетингової діяльності, часу одержання.

Тема 8. Експлуатаційний маркетинг в енергетиці.

Особливості електроенергетичного ринку. Учасники ринку. Особливості електроенергетики. Монополії енергопостачальної організації та електроенергії як енергоресурсу. Оптимізація генеруючих потужностей та диференціація тарифів.

Тема 9. Види маркетингу для управління енерговикористанням.

Енергозбереження як управління попитом на електроенергію. Інтегроване ресурсне планування. Програми для управління енерговикористанням. Синхромаркетинг. Демаркетинг. Ремаркетинг.

Тема 10. Ціноутворення в енергетиці.

Сегментація енергетичного ринку. Прогнозування в маркетингу. Основні принципи складання маркетингових прогнозів в енергетиці. Об'єктивні методи прогнозування.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
Модуль 1.												
Тема 1. Основні поняття менеджменту	12	2	-			10	12					12
Тема 2. Принципи, функції, методи в менеджменті	12	2	2			8	12	1				11
Тема 3. Методи управління	12	2	1			9	12	1				11
Тема 4. Оцінювання персоналу	12	2	1			9	12					12
Тема 5. Основи енергетичного менеджменту	12	4	2			6	12	1	1			10
Разом за змістовим модулем 1	60	12	6			42	60	3	1			56
Модуль 2.												
Тема 6. Основні поняття маркетингу	12	4	2			6	12	1	0,5			10,5
Тема 7.	12	4	2			6	12					12

Маркетингові дослідження на енергетичних ринках												
Тема 8. Експлуатаційний маркетинг в енергетиці	12	2	-			10	12					12
Тема 9. Види маркетингу для управління енерговикористанням	12	4	2			6	12	1	0,5			10,5
Тема 10. Ціноутворення в енергетиці	12	2	2			8	12	1				11
Разом за змістовим модулем 2	60	16	8			36	60	3	1			56
Усього годин	120	28	14	-		78	120	6	2	-		112

5. Теми семінарських занять

Семінарські заняття програмою не передбачені.

6. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Економічні, соціально-психологічні, адміністративні методи в енергоменеджменті	2
2	Оцінювання структури організації та місця енергоменеджменту в ній	2
3	Оцінка моделі прийняття управлінських рішень	2
4	Комплекс елементів маркетингу енергоаудиту	2
5	Маркетингове дослідження, розробка анкети з оцінки енергоефективності	2
6	Оцінка оптимізації генеруючих потужностей та диференціація тарифів	2
7	Визначення сегменту енергоринку для заходів демаркетингу	2
Разом		14

7. Теми лабораторних занять

Лабораторні заняття програмою не передбачені.

8. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1. Історія розвитку менеджменту.	10
2	Тема 2. Інтегровані підходи.	8
3	Тема 3. Моделі прийняття управлінських рішень.	9
4	Тема 4. Керівництво та лідерство.	9
5	Тема 5. Інформація та комунікація.	6
6	Тема 6. Зовнішні фактори мікросередовища: постачальники, конкуренти, споживачі, посередники та контактні аудиторії; їх характеристика та значення для суб'єктів ринку. Основні фактори макросередовища: демографічні, економічні, природно-кліматичні, науковотехнічні, політичні, культурні.	6
7	Тема 7. Види маркетингової інформації в залежності від рівня, призначення, власності, меж доступності, ролі в діяльності підприємства, змісту, джерел опитування, потреб підприємства, аспектів його маркетингової діяльності, часу одержання.	6
8	Тема 8. Особливості електроенергетики.	10
9	Тема 9. Інтегроване ресурсне планування.	6
10	Тема 10. Об'єктивні методи прогнозування.	8
Разом		78

9. Індивідуальні завдання

Для студентів денної форми навчання передбачене індивідуальне домашнє завдання. Для студентів заочної форми навчання – контрольна робота.

Основна їх мета – сприяти закріпленню, поглибленню та систематизації знань студентів, отриманих ними на лекціях та практичних заняттях, а також при вивченні суміжних дисциплін. У процесі виконання студенти повинні навчитися самостійно розв'язувати технічні, економічні та інші задачі, набути навичок самостійної творчої роботи.

10. Методи навчання

Під час викладання курсу використовуються наступні методи навчання:

- розповідь – для оповідної, описової форми розкриття навчального матеріалу;
- пояснення – для розкриття сутності певного явища, закону, процесу;
- бесіда – для усвідомлення за допомогою діалогу нових явищ, понять;
- ілюстрація – для розкриття предметів і процесів через їх символічне зображення (малюнки, схеми, графіки);

- практична робота – для використання набутих знань у розв’язанні практичних завдань;
- аналітичний метод – мисленнєвого або практичного розкладу цілого на частини з метою вивчення їх суттєвих ознак;
- індуктивний метод – для вивчення явищ від одиничного до загального;
- дедуктивний метод – для вивчення навчального матеріалу від загального до окремого, одиничного;
- проблемний виклад матеріалу – для створення проблемної ситуації.

11. Очікувані результати навчання з дисципліни

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати:

- сутність і соціальні основи маркетингу, його значення в розвитку суспільного виробництва загалом і економіки України зокрема;
- основні принципи цінової політики підприємства;
- методику проведення маркетингових досліджень в енергетиці;
- методику сегментації енергоринку;
- складові комплексу маркетингу;
- особливості функціонування маркетингової служби енергетичного підприємства.

вміти:

- проводити маркетингові дослідження на енергоринку;
- проводити сегментацію ринку та визначення цільових сегментів;
- розробляти маркетингові прогнози щодо виробництва та споживання енергії;
- проводити оцінку конкурентоспроможності енергопродукту;
- володіти методами маркетингового ціноутворення;
- розробляти комплекс маркетингових комунікацій для певного енергетичного підприємства (енергопродукту).

12. Засоби оцінювання

Контроль успішності студентів денної форми навчання здійснюється за результатами:

- тестування на кожному практичному занятті.

Контроль успішності студентів заочної форми навчання здійснюється за результатами:

- захисту контрольної роботи;
- тестування.

13. Критерії оцінювання

Оцінювання успішності студентів протягом семестру здійснюється на практичних заняттях. Оцінка за кожний модуль виставляється на відповідному поточному модульному контролі (ПМК) за 100-бальною шкалою за підсумком роботи на практичних заняттях.

Поточне тестування та самостійна робота					Залік
Змістовий модуль 1					60-100
T1	T2	T3	T4	T5	
10	10	10	10	10	
Змістовий модуль 2					
T6	T7	T8	T9	T10	
10	10	10	10	10	
Підсумковий тест					60-100

Для отримання заліку студенту достатньо набрати більше ніж 60 балів протягом семестру або за результатами підсумкового контролю.

13. Методичне забезпечення

14. Рекомендована література

1. Базова

1. Стахів О. Г., Явнюк О. І., Волощук В. В. Основи менеджменту: Навчальний посібник. / За наук. ред. док. екон. наук, проф. М. Г. Бойко. – Івано-Франківськ: «Лілея-НВ», – 2015. – 336 с.

2. Шатун В.Т. Основи менеджменту: Навчальний посібник. – Миколаїв: Вид-во МДГУ ім. Петра Могили, 2006. – 376 с.

3. Осовська Г.В., Осовський О.А. Основи менеджменту. Навчальний посібник. – К.: «Кондор», 2008. – 664 с.

4. Семяновський В.М. Основи енергоменеджменту. – К.: Бізнес Медіа Консалтинг, 2012. – 400 с.

5. Енергетичний менеджмент: навчальний посібник А.В.Праховник. В.П.Розен. О.В.Разумовський та інші. – К Нот. ф-ка, 1999. – 184 с.

6. Крикавський Є.В. Маркетинг енергозабезпечення // Крикавський Є.В., Косар Н.С., Мороз Л.А. // Львів: Національний університет “Львівська політехніка”, 2001. – 196 с.

7. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг: навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.

8. Маркетинг [Електронний ресурс]: навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. – Тернопіль : ЗУНУ, 2021. - 180 с.

9. Полторак В. А., Тараненко І. В., Красовська О. Ю. Маркетингові дослідження: навчальний посібник 4-те видання, перероблене та доповнене // В.А. Полторак, І.В. Тараненко, О.Ю.Красовська // К.: Центр навчальної літератури (ЦНЛ), 2022. – 356с.

10. Косар Н. С. // Маркетингові дослідження // Н.С.Косар., О.Б.Мних, Є.В.Крикавський, С.В.Леонова // Львів: Національний університет “Львівська політехніка”, 2018. – 460с.

2. Допоміжна

1. Братковська К.О. Енергоринок: організація, планування та розрахунки в електроенергетиці [Електронний посібник]: Навчально-методичний посібник для виконання практичних, самостійних та контрольних робіт для студентів всіх форм навчання спеціальності «Гідроенергетика» ЗДІА / К.О.Братковська, Л.О.Варинська. – Запоріжжя: ЗДІА, 2014. – 120с.

15. Інформаційні ресурси

1. Національна бібліотека ім. В.І.Вернадського/ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/>

2. Електронна бібліотека НУ «Запорізька політехніка» / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.e-library.zntu.edu.ua/>

Запоріжжя, 2023 рік