МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені В.І. ВЕРНАДСЬКОГО
Навчально-науковий інститут управління, економіки та природокористування
Кафедра публічного управління та економіки

ЗАТВЕРДЖУЮ
Директор інституту
_____ В.Г. Горник

__ _____ 2020 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
“БІРЖОВИЙ МАРКЕТИНГ”

освітній рівень Бакалавр

галузь знань 07 Управління та адміністрування

спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

освітня програма Підприємництво, торгівля, логістика

тип дисципліни Вибіркова

Київ – 2020 рік

Розробник: С.В.Сімак, д.держ.упр., доцент, професор кафедри публічного управління та економіки

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри публічного управління та економіки

Протокол від 17 листопада 2020 року № 5

Завідувач кафедри публічного
управління та економіки С.О.Кравченко

Погоджено:
Гарант освітньої програми Ю.Д.Музика

© ТНУ, 2020

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників		*Розподіл годин за навчальним планом*		
Кількість кредитів:	4	Вид занять	Форма навчання	
Загальна кількість годин:	120		Денна	Заочна
Рік вивчення дисципліни за навчальним планом:	4	Лекції:	16	8
Семестр:	7	Практичні заняття:	-	-
Тижневе навантаження (год.):		Лабораторні заняття:	-	-
аудиторне:	2	Семінарські заняття:	16	6
самостійна робота:	5	Самостійна робота:	88	106
Форма підсумкового контролю:	Залік	Консультації:	-	-
Мова навчання:	українська	Індивідуальні заняття:	-	-

Консультативну допомогу здобувачі вищої освіти можуть отримати у ННП кафедри публічного управління та економіки, які безпосередньо проводять заняття або звернувшись з письмовим запитом на електронну пошту за адресою sergii.simak@gmail.com.

2. Програма навчальної дисципліни

Передумови для вивчення дисципліни:

Препозит:	Постпозит
Менеджмент **Маркетинг** **Біржова діяльність** **Електронна комерція**	**PR-технології та брендинг** **Операції з цінними паперами**

Мета вивчення дисципліни:

Формування у студентів здатності розв’язувати складні господарсько-правові завдання розвитку біржового ринкового середовища.

Очікувані програмні результати навчання за дисципліною (за Освітньою програмою):

ПРН 12. Володіння методами та інструментарієм для обґрунтування управлінських рішень щодо створення й функціонування підприємницьких, торгівельних та біржових структур.

ПРН 17. Уміння вирішувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торгівельних та біржових структур і розв’язувати проблеми в кризових ситуаціях із урахуванням зовнішніх та внутрішніх впливів.

Загальні та спеціальні компетентності, що формуються у процесі вивчення дисципліни

Шифр та назва компетентності	Результати навчання			
	Знання	Уміння/ навички	Комунікація	Відповідальність і автономія

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)				
ФК 2. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких, торгівельних і біржових структур	ПРН 12	ПРН 12		ПРН 12
ФК 7. Здатність визначати і виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торгівельних та біржових структур	ПРН 17	ПРН 17		ПРН 17

Зміст навчальної дисципліни

Розділ 1. Теоретичні засади біржового маркетингу

Тема 1.1. Сутність маркетингової діяльності

Маркетинг як відкрита мобільна система. Система маркетингової інформації та маркетингові дослідження. Товарна політика в системі маркетингу. Цінова політика в системі маркетингу. Політика розподілу в системі маркетингу. Комунікаційна політика в системі маркетингу. Стратегії маркетингу. Організація та контроль маркетингової діяльності.

Тема 1.2. Особливості маркетингу в сфері біржової діяльності

Біржові послуги. Ціна біржового обслуговування. Формування попиту на біржові послуги і задоволення біржових інтересів клієнтури. Залучення клієнтури як потенційних клієнтів до послуг даної біржі. Вплив і переконання за допомогою цілеспрямованої реклами. Комплекс організаційних заходів щодо укладання договорів обслуговування. Диференціація тарифів на біржові послуги. Сполучення біржових послуг із різними формами торгового і юридичного обслуговування. Планування стратегії і тактики біржового маркетингу. Задоволення біржових інтересів. Пошук і використання біржою найбільш вигідних ринків біржових продуктів з урахуванням реальних потреб клієнтури.

Розділ 2. Механізми біржового маркетингу

Тема 2.1. Правове регулювання біржового маркетингу

Правові принципи регулювання біржової діяльності. Біржове правове регулювання у зарубіжних країнах. Правове регулювання біржової діяльності в Україні. Ліцензування діяльності бірж. Державне регулювання біржової діяльності через оподатковування й саморегулювання.

Тема 2.2. Організаційні засади біржового маркетингу

Завдання й функції товарних бірж і їх підрозділів. Органи управління бірж. Структурні підрозділи товарних бірж. Учасники біржових торгів. Процедура проведення біржових торгів. Механізм біржових операцій. Біржова мова жестів. Біржовий жаргон. Індивідуальна й масова психологія, її вплив на процес біржових торгів.

Тема 2.3. Біржовий товар та біржові догоди

Характеристика біржового товару. Класифікація біржових товарів. Формування біржового товару. Сучасні біржові товари. Зміст та роль біржової угоди. Види угод. Хеджування. Спекулятивні угоди. Товарний арбітраж. Види цін при угодах. Котирування цін біржових товарів. Розрахунки за біржовими угодами. Місце й роль біржових складів у біржовій діяльності. Умови й техніка зберігання біржових товарів. Товарні запаси біржових складів. Оцінка стану запасів на біржових складах.

Тема 2.4. Аналіз біржових ринків та ризики в біржовій торгівлі

Сутність технічного аналізу. Аналіз чартів. Теорема коливань Еліота, теорії циклів. Аналіз технічних індикаторів. Життєвий цикл тренду. Класичний графічний аналіз. Комп'ютерний технічний аналіз. Сучасні біржові ринкові структури. Інновації в сфері біржових товарів. Біржовий крах і тренд порятунку. Вплив ризиків на біржову діяльність. Структура біржових ризиків. Критерії оцінки біржових ризиків. Управління ризиками.

3. Структура навчальної дисципліни
(тематичний план)

ДЕННА ФОРМА

Назви розділів і тем	Кількість годин				
	денна форма				
	Всього	у тому числі			
		л	п/лаб.	сем.	с. р.
1	2	3	4	5	6
Розділ 1. Теоретичні засади біржового маркетингу					
Тема 1.1. Сутність маркетингової діяльності	20	2		2	16
Тема 1.2. Особливості маркетингу в сфері біржової діяльності	20	4		4	12
Разом за розділом 1	40	6		6	28
Розділ 2. Механізми біржового маркетингу					
Тема 2.1. Правове регулювання біржового маркетингу	20	2		4	14
Тема 2.2. Організаційні засади біржового маркетингу	20	4			16
Тема 2.3. Біржовий товар та біржові угоди	20	2		4	14
Тема 2.4. Аналіз біржових ринків та ризики у біржовій торгівлі	20	2		2	16
Разом за розділом 2	80	10		10	60
Залік				2	
Усього годин	120	16		16	88

ЗАОЧНА ФОРМА

Назви розділів і тем	Кількість годин				
	заочна форма				
	Всього	у тому числі			
		л	п/лаб.	сем.	с. р.
1	2	3	4	5	6
Розділ 1. Теоретичні засади біржового маркетингу					
Тема 1.1. Сутність маркетингової діяльності	20	2			18
Тема 1.2. Особливості маркетингу в сфері біржової діяльності	20			2	18
Разом за розділом 1	40	2		2	36
Розділ 2. Механізми біржового маркетингу					
Тема 2.1. Правове регулювання біржового маркетингу	20	2			18
Тема 2.2. Організаційні засади біржового маркетингу	20	2			18
Тема 2.3. Біржовий товар та біржові угоди	20	2		2	16

Тема 2.4. Аналіз біржових ринків та ризики у біржовій торгівлі	20			2	18
Разом за розділом 2	80	6		4	70
Залік				2	
Усього годин	120	8		6	106

4. Організація самостійної роботи студентів

4.1. Підготовка до семінарських занять

Тема 1.1. Сутність маркетингової діяльності

Питання до семінарського заняття

1. Маркетинг: загальне розуміння.
2. Принципи маркетингу.
3. Еволюція маркетингу.
4. Методи маркетингу.
5. Система маркетингової інформації
6. Маркетингові дослідження.
7. Маркетингові комунікації.
8. Стратегії маркетингу.
9. Організація маркетингової діяльності.
10. Контроль у системі маркетингу.

Тема 1.2. Особливості маркетингу в сфері біржової діяльності

Питання до семінарського заняття

1. Поняття маркетингу в сфері біржової діяльності.
2. Біржові послуги.
3. Ціна біржового обслуговування.
4. Біржові клієнти.
5. Формування попиту на біржові послуги.
6. Реклама у біржовій діяльності.
7. Диференціація тарифів на біржові послуги.
8. Планування стратегії і тактики біржового маркетингу.
9. Задоволення біржових інтересів.

Тема 2.1. Правове регулювання біржового маркетингу

Питання до семінарського заняття

1. Правові принципи регулювання біржової діяльності.
2. Біржове правове регулювання у зарубіжних країнах.
3. загальна характеристика правового регулювання біржової діяльності в Україні.
4. Законодавство у сфері біржової діяльності.
5. Основні підзаконні акти у сфері біржової діяльності.
6. Податкове регулювання біржової діяльності.
7. Саморегулювання біржової діяльності.

Тема 2.3. Біржовий товар та біржові угоди

Питання до семінарського заняття

1. Характеристика біржового товару.
2. Класифікація біржових товарів.
3. Сучасні біржові товари.
4. Зміст та роль біржової угоди.
5. Товарний арбітраж.
6. Види цін при біржових угодах.
7. Місце й роль біржових складів у біржовій діяльності.
8. Умови й техніка зберігання біржових товарів.
9. Оцінка стану запасів на біржових складах.

Тема 2.4. Аналіз біржових ринків та ризики у біржовій торгівлі

Питання до семінарського заняття

1. Аналіз чартів у біржовій діяльності.
2. Теорема коливань Еліота, теорії циклів.
3. Технічні індикатори біржової діяльності.
4. Життєвий цикл тренду.
5. Комп'ютерний аналіз у біржовій діяльності.
6. Сучасні біржові ринкові структури.
7. Інновації в сфері біржових товарів.
8. Біржовий крах і тренд порятунку.
9. Структура біржових ризиків та їх оцінювання.
10. Управління біржовими ризиками.

4.2. Матеріали для самоконтролю

Самостійна робота студента у межах навчальної дисципліни «Біржовий маркетинг» передбачає написання та захист ним творчої роботи до кожного розділу на одну з передбачених переліком тем за власним вибором. Виконання цієї роботи зорієнтоване на практичне застосування знань і розвиток вмінь, здобутих в процесі лекційних і семінарських занять, самостійного опрацювання навчальних матеріалів. Творча робота висвітлює результати самостійного обдумування студентами актуальних проблем маркетингу у біржовій діяльності з урахуванням вітчизняної специфіки. Викладення необхідних матеріалів повинно бути лаконічним, чітко сформульованим і відповідати суті проблеми. Результатом написання творчої роботи є обґрунтований авторський висновок щодо обраної тематики і можливі рекомендації для розв'язання проблеми.

Вимоги до захисту творчої роботи:

- творча робота повинна бути підготовлена кожним студентом індивідуально;
- виконана творча робота надається у електронному вигляді (файлом) викладачеві не пізніше, ніж за 2 тижні до початку екзаменаційної сесії;
- друкований варіант творчої роботи надається студентом під час захисту;
- результати написання творчої роботи презентуються студентом під час екзаменаційної сесії у формі короткої доповіді та відповідей на поставлені запитання;
- на захисті для доповіді надається 5 хв.

Структура творчої роботи.

У структурі творчої роботи виділяються такі основні складові частини.

1. Постановка проблеми:
- короткий аналіз сучасного стану публічного управління у частині, що стосується обраної теми, виділення суперечностей та недоліків, що зумовлюють проблему;
- чітке формулювання проблеми відповідно до виділених суперечностей та недоліків, основні складові проблеми;
- негативні наслідки того, що проблема не вирішується.

2. Шляхи вирішення проблеми:
- визначення підходів до вирішення проблеми;
- опис конкретних шляхів реалізації обраних підходів.

3. Значення для практики:
- позитивні зміни у галузі публічного управління внаслідок реалізації запропонованих підходів;
- позитивне значення цих змін для розвитку публічного управління.

4. Висновки, що коротко відображають результати проведеного студентом дослідження проблеми.

5. Перелік використаних джерел, оформлених згідно із вимогами.

Вимоги до оформлення творчої роботи.

Творча робота має бути роздрукована на білому папері стандартного формату А4.

Розмір шрифту – 14 кегель, міжрядковий інтервал – 1,5, поля – 2 см з усіх боків. Титульний аркуш творчої роботи повинен мати такий зміст: назва університету; назва інституту; назва кафедри; назва навчальної дисципліни; тема творчої роботи; прізвище, ім'я, по батькові студента, курс, шифр академічної групи; рік написання творчої роботи. За титульним аркушем слідує план творчої роботи, в якому треба виділити всі її структурні частини. У плані праворуч позначаються номери сторінок початку кожного пункту. Обсяг творчої роботи визначається вмінням студента стисло і водночас вичерпно розкрити тему: показати значення проблеми, що розглядається, оцінити, як вона висвітлюється в спеціальній літературі та розв'язується на практиці, зробити висновки та обґрунтувати власні пропозиції. Обсяг роботи – 10-12 сторінок. Обов'язкова вимога: чітке посилання на джерела інформації. Всі цифри, факти, теорії, думки вчених, цитати повинні мати посилання у вигляді [2, с. 54] (перша цифра означає номер джерела у наведеному в кінці реферату списку літератури, а друга цифра – номер сторінки у цьому джерелі). Бажано використовувати в творчій роботі таблиці, схеми, графіки, діаграми тощо. Список використаної літератури (не менше 5 джерел) оформляється згідно з діючими правилами. Якщо інформація взята з мережі Інтернет, потрібно, як і для звичайної літератури, вказати автора, назву статті, а потім навести адресу сайту в Інтернеті. У творчій роботі мають бути обов'язково авторські пропозиції щодо вирішення проблеми, що розглядається. До тексту творчої роботи додається презентація у форматі Microsoft Power Point обсягом 6-8 слайдів, що відображає основні положення творчої роботи відповідно до його структури.

Перелік тем творчих робіт до розділу 1

1. Сутність та роль маркетингу в біржовій діяльності.
2. Еволюція концепцій маркетингу.
3. Джерела маркетингової інформації в біржовій діяльності.
4. Маркетингові комунікації у біржовій діяльності.
5. Стратегії маркетингу в біржовій діяльності.
6. Організація маркетингу в біржовій діяльності.
7. Методи аналізу біржових інтересів клієнтів.
8. Механізми формування попиту на біржові послуги.
9. Маркетингові дослідження у біржовій діяльності.
10. Реклама в сфері біржової діяльності.
11. Основні напрями маркетингу в біржовій діяльності.
12. Тактика біржового маркетингу.

Перелік тем творчих робіт до розділу 2

1. Державне регулювання біржової діяльності.
2. Ліцензування діяльності бірж.
3. Державне регулювання біржової діяльності.
4. Роль саморегулювання в біржовій діяльності.
5. Історія розвитку біржової торгівлі за кордоном.
6. Організація товарних бірж в Україні до революції.
7. Біржова торгівля в сучасній Україні.
8. Класифікація товарних бірж.
9. Місце й роль брокерської служби на біржах.
10. Організаційна структура брокерських фірм.
11. Брокерські документи.
12. Класифікація біржових ризиків.
13. Технічний аналіз біржових ринків.
14. Психологія учасників біржових торгів.
15. Інноваційна діяльність у біржовій торгівлі.
16. Техніка здійснення біржових операцій.
17. Методи аналізу біржових ринків.

4.3. Індивідуальні завдання

Не передбачено.

4.4. Перелік питань для підготовки до підсумкового контролю

1. Поняття маркетингу.
2. Принципи маркетингу.
3. Основні концепції маркетингу.
4. Система маркетингової інформації.
5. Маркетингові дослідження.
6. Товарна політика в системі маркетингу.
7. Цінова політика в системі маркетингу.
8. Комунікаційна політика в системі маркетингу.
9. Стратегії маркетингу.
10. Організація маркетингової діяльності.
11. Контроль маркетингової діяльності.
12. Біржові послуги.
13. Ціна біржового обслуговування.
14. Біржові клієнти.
15. Формування попиту на біржові послуги.
16. Методи реклами у біржовій діяльності.
17. Диференціація тарифів на біржові послуги.
18. Планування стратегії біржового маркетингу.
19. Тактика біржового маркетингу.
20. Задоволення біржових інтересів.
21. Біржове правове регулювання у зарубіжних країнах.
22. Правове регулювання біржової діяльності в Україні.
23. Ліцензування діяльності бірж.
24. Державне регулювання біржової діяльності.
25. Органи управління бірж.
26. Структурні підрозділи товарних бірж.
27. Учасники біржових торгів.
28. Процедура проведення біржових торгів.
29. Механізм біржових операцій.
30. Біржова мова жестів.
31. Біржовий жаргон.
32. Сучасні біржові товари.
33. Зміст та роль біржової угоди.
34. Спекулятивні угоди.
35. Товарний арбітраж.
36. Котирування цін біржових товарів.
37. Розрахунки за біржовими угодами.
38. Місце й роль біржових складів у біржовій діяльності.
39. Сучасні біржові ринкові структури.
40. Інновації в сфері біржових товарів.
41. Біржовий крах і тренд порятунку.
42. Вплив ризиків на біржову діяльність.
43. Структура біржових ризиків.
44. Критерії оцінки біржових ризиків.

5. Критерії та система оцінювання результатів навчання

5.1. Політика курсу

Відвідування лекційних занять є добровільним, проте враховується при підсумковому контролі шляхом задавання додаткових запитань за відповідним матеріалом.

Відвідування семінарських занять є обов'язковим, їх пропуск автоматично знижує підсумкову оцінку за курсом, оскільки на відповідні семінари студент не отримує балів.

Політика академічної доброчесності визначається згідно з Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату в Таврійському національному університеті імені В.І. Вернадського.

5.2. Шкала та схема формування підсумкової оцінки

Денна форма навчання

Поточний контроль							Підсумковий контроль	Сума
Розділ 1			Розділ 2					
С1.1	С1.2	ТР1	С2.1	С2.3	С2.4	ТР2		
10	5	10	10	10	5	10	40	100

С1.1, ... С2.4 – семінари до тем розділів
ТР1, ТР2 – творчі роботи до розділів

Заочна форма навчання

Поточний контроль					Підсумковий контроль	Сума
Розділ 1		Розділ 2				
С1.2	ТР1	С2.3	С2.4	ТР2		
10	15	10	10	15	40	100

С1.2, ... С2.4 – семінари до тем розділів
ТР1, ТР2 – творчі роботи до розділів

5.3. Шкала оцінювання: національна та ECTS

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	
		Оцінка	Пояснення
90-100	відмінно	A	відмінне виконання
80-89	добре	B	вище середнього рівня
75-79	добре	C	загалом хороша робота
66-74	задовільно	D	непогано
60-65	задовільно	E	виконання відповідає мінімальним критеріям
30-59	незадовільно	FX	необхідне перескладання
0-29	незадовільно	F	необхідне повторне вивчення курсу

6. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

Не передбачено.

7. Рекомендовані джерела інформації

Основні

1. Гірченко Т.Д., Дубовик О.В. Маркетинг: навч. посібник. Київ: Фірма «ІНКОС»; Київ: ЦУЛ, 2007. 255 с.

2. Корж М. В. Маркетинг: навч. посібник. Київ: Центр учб. літератури, 2009. 344 с.

3. Котлер Ф., Келлер К.Л., Павленко А.Ф. та ін. Маркетинговий менеджмент: підручник. Київ: Хімджест, 2008. 720 с.

4. Маркетинг: підручник / за ред А.Ф. Павленка. Київ: КНЕУ, 2008. 600 с.
5. Новітній маркетинг: навч. посібник / за ред. Є.В. Савельева. Київ: Знання, 2009. 420 с.
6. Солодкий М.О. Біржовий товарний ринок: навч. посібник. Київ: Компринт, 2017. 576 с.
7. Солодкий М.О., Резнік Н.П., Яворська В.О. Основи біржової діяльності: навч. посібник. Київ: Компринт, 2017. 450 с.
8. Солодкий М.О., Яворська В.О. Міжнародні біржові ринки: навч. посібник. Київ: Компринт, 2019. 520 с.

Додаткові

1. Башинський І.А., Діденко С.В., Миронова В.О. Біржове право: навч. посібник. Херсон: Чуєв С.М., 2014. 291 с.
2. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій: навч. посібник. 2-ге вид., доп. і перероб. Київ: КНЕУ, 2004. - 524 с
3. Мостенська Т.Л. Основи маркетингу: навч. посібник. Київ: Кондор, 2005. 240 с.
4. Нікітін А.В. Маркетинг у банку: навч. посібник. Київ: КНЕУ, 2006. 432 с.
5. Оснач О.Ф., Пилипчук В.П., Коваленко Л.П. Промисловий маркетинг: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 364 с.
6. Пащук О.В. Маркетинг послуг: стратегічний підхід: навч. посібник. Київ: Професіонал, 2005. 560 с
7. Полторак В.А. Маркетингові дослідження: навч. посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2003. 387 с.
8. Солодкий М.О. Біржовий ринок: навч. посібник. Київ: Аграрна освіта, 2010. 565 с.
9. Солодкий М.О. та ін. Біржовий ринок: проблеми функціонування та тенденції інноваційного розвитку: монографія. Київ: Компринт, 2013. 215 с.
10. Солодкий М.О., Андросович Т.Ю., Яворська В.О., Рубан Ю.В. Брокерська діяльність: посібник. Київ: ЦП Компринт 2013. 125 с.
11. Солодкий М.О., Стасіневич С.А., Андросович Т.Ю. Основи біржової діяльності: посібник. Київ: ВЦ НУБіП України, 2013. 210 с.

Інформаційні ресурси

1. Економічна бібліотека. – http://www.economics.com.ua
2. Енциклопедія маркетингу. – http://www.marketing.spb.ru
3. Журнал «Експерт». – http://www.expert.ua
4. Законодавство України. – http://zakon4.rada.gov.ua/laws/main/a
5. Інтернет-портал для управлінців. – http://www.managementxom.ua
6. Президент України. Офіційне інтернет-представництво. – http://www.president.gov.ua/
7. Суспільно-політичний тижневик «Дзеркало тижня». – http://www.zn.kiev.ua
8. Український діловий тижневик «Контракти». – http://www.kontrakry.com.ua
9. Урядовий портал. Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України. – http://www.kmu.gov.ua/ua
10. Щотижневик «Компания». – http://www.ko.ru