



Донецький державний
університет управління

НАЗВА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Маркетинг вторинних ресурсів

КАФЕДРА

маркетингу

РОЗРОБНИК

Ляшко Ірина Ігорівна

к.н.держ.упр., доцент

Liashko.i@inbox.dsum.edu.ua

ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

5

кредитів ЄКТС
(150 годин)

42

годин контактна робота з викладачем
(14 годин лекцій;
28 години семінарських занять)

108

години - самостійна робота

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

перший

бакалавр

МОВА ВИКЛАДАННЯ

українська

ФОРМА КОНТРОЛЮ

залік

СТАТУС ДИСЦИПЛІНИ

- вибіркова для спеціальності 075 «Маркетинг»
- вибіркова для всіх здобувачів вищої освіти

ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

вивчення дисциплін «Маркетинг», «Менеджмент», «Економіка підприємства»

МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

формування у студентів необхідних знань щодо питань в галузі управління вторинними матеріальними ресурсами на державному, регіональному рівнях та на рівні виробничого підприємства і контролю за їхнім використанням

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Модуль 1. Концептуальні підходи формування еколого - орієнтованого маркетингу

- Тема 1.** Соціально-економічні основи маркетингу вторинних ресурсів
- Тема 2.** Формування екологічних потреб і ринку екологічних товарів
- Тема 3.** Стратегічне еколого - економічне управління

Модуль 2. Особливості маркетингу вторинних ресурсів

- Тема 4.** Сутність і поняття маркетингу вторинних ресурсів
- Тема 5.** Вторинні ресурси як товар

Модуль 3. Управління маркетингом вторинних ресурсів

- Тема 6.** Система маркетингової інформації о наявності і використанні вторинних ресурсів
- Тема 7.** Маркетингові стратегії на ринку вторинних ресурсів

ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

- застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань в сфері маркетингу;
- вміння збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання аналітичного і методичного інструментарію ;
- набуті навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи;
- застосовувати технології маркетингу для забезпечення ефективності діяльності організації.



МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ НАВЧАННЯ

- традиційні та проблемні лекції;
- семінарські заняття;
- колективного групового навчання, технологій ситуативного моделювання, технологій опрацювання дискусійних питань, в т.ч. індивідуального.

РЕГЛАМЕНТ ОЦІНЮВАННЯ

Шкала оцінювання з навчальної дисципліни: 100 балів.

Розподіл рейтингових балів за видами навчальної роботи:

- Виконання завдань на практичних заняттях – ~ 15 балів.
- Виконання поточних контрольних робіт – ~ 15 балів.
- Складання кожного письмового модульного контролю – всього 30 балів.
- Виконання індивідуального завдання – ~ 20 балів.
- Виконання творчого завдання (реферати) – ~ 20 балів.

Умови ліквідації заборгованостей з поточної роботи:

перескладання підсумкового модульного контролю студентами, які отримали рейтинговий бал за модульний цикл, що відповідає незадовільній оцінці, проводиться не пізніше двох тижнів після атестаційного. Позитивні оцінки з модульного циклу в цілому та його складових не підвищуються.

За рішенням викладача або кафедри нараховуються заохочувальні бали за наступні види робіт:

- за систематичну продуктивну активність під час проведення аудиторних занять;
- за виконання завдань підвищеної складності (конкретне значення визначає викладач);
- за участь у конференціях, олімпіадах, іншій науковій, методичній роботі тощо.

Підсумкове семестрове оцінювання навчальної роботи студента:

Шкала оцінювання ЄКТС	Визначення	Національна шкала оцінювання	Рейтингова бальна шкала оцінювання
A	Відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	Зараховано	$90 \leq RD \leq 100$
B	Вище середнього рівня з кількома помилками	Зараховано	$82 \leq RD < 89$
C	Загалом правильна робота з певною кількістю помилок		$74 \leq RD < 81$
D	Непогано, але зі значною кількістю недоліків	Зараховано	$64 \leq RD < 73$
E	Виконання задовольняє мінімальні критерії		$60 \leq RD < 63$
FX	Можливе повторне складання	Не зараховано	$35 \leq RD < 59$
F	Необхідний повторний курс з навчальної дисципліни		$RD < 34$



Донецький державний
університет управління

ІНФОРМАЦІЙНЕ ТА НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

**Основна
література:**

1. Зіновчук Н.В., Ращенко А.В. Екологічний маркетинг: навчальний посібник. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І.Франка, 2015. 190 с.
2. Рега М.Г., Чучка І.М. Маркетинг галузей: навчальний посібник. Мукачево: РВЦ МДУ, 2015. 228 с.
3. Рибаківа О.В. Поводження з відходами: курс лекцій. Харків: НУЦЗУ, 2016. 530 с.
4. Самойлик М.С. Комплекс маркетингових заходів при організації індустрії та розвитку регіонального ринку вторинної сировини // Бізнес - інформ. 2014. № 5. С.194-199.

**Англомовні
видання:**

1. Niehaus T.D. and eds. Identification of mechanisms for triterpene biosynthesis in *Botryococcus braunii* // Proc. Nat. Acad. Sci. USA. 2011. 108, № 30. P. 12260-12265.
2. Ottman J.A., Relily W.R. Green Marketing: Opportunity for Innovation. Booksurge Llc, 2006. 288 p.
3. Passent Tantawi and eds. Green Consciousness of Consumers in a Developing Country: A Study of Egyptian Consumers. Contemporary Management Research. 2009. Vol.5. № 1. P. 29-50.
4. United States Patent Application Publication US 2007/0141216 A1 Processed wheat product containing functional components in elevated amounts and processing method therefore / Makoto Kihara, Yoshihiro Okada, Osamu Ishikawa, Kazutoshi Ito. Pub. Date: Jun. 21, 2007.

Інтернет джерела

1. Журнал «Маркетинг і менеджмент інновацій»: веб-сайт. URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>
2. Журнал «Маркетинг PRO»: веб-сайт. URL: <http://www.marketingpro.ru/>
3. Науковий журнал «Маркетинг галузей»: веб-сайт. URL: <http://www.geology.com.ua/ru/>