

Вінницький національний технічний університет

(повне найменування вищого навчального закладу)

Факультет електроенергетики та електромеханіки

(повне найменування факультету/інституту)

Кафедра електромеханічних систем автоматизації в промисловості і на транспорті

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЦІНОУТВОРЕННЯ В ЕНЕРГЕТИЦІ

(Обов'язковий освітній компонент)

II (магістерський) рівень вищої освіти

Освітня програма **Енергетичний менеджмент**

Спеціальність **141 – Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка**

(шифр і назва спеціальності)

Викладач: **Мельничук Л. М., доцент кафедри ЕМСАПТ, к.е.н.**

Мова викладання: **українська.**

Семестр **-1**

Кредитів ЄКТС – **3**

Лекцій – **18 год.**

Практичних – **18 год.**

Самостійна робота – **54 год.**

Вид контролю: **диф. залік.**

Передумови для вивчення дисципліни – використання результатів навчання, набутих під час вивчення компонент: «Основи теорії економіки та підприємництва», «Економіка та організація виробництва».

Мета викладання навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження та ціноутворення в енергетиці» полягає в наданні студентам знань щодо системи, методів та алгоритмів аналізу внутрішнього і зовнішнього бізнес-середовища енергопостачальних підприємств, шляхів і резервів його маркетингового розвитку.

Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач в результаті вивчення дисципліни.

СК 5. Здатність здійснювати аналіз техніко-економічних показників та експертизу проектно-конструкторських рішень в області електроенергетики, електротехніки та електромеханіки.

СК 9. Здатність розуміти і враховувати соціальні, екологічні, етичні, економічні та комерційні міркування, що впливають на реалізацію технічних рішень в електроенергетиці, електротехніці та електромеханіці.

СК 11. Здатність оцінювати показники надійності та ефективності функціонування електроенергетичних, електротехнічних та електромеханічних об'єктів та систем.

СК 13. Здатність демонструвати обізнаність та вміння використовувати нормативно-правові акти, норми, правила й стандарти в електроенергетиці, електротехніці та електромеханіці.

Результати навчання: проводити кабінетний аналіз вибраного товарного ринку, визначати перспективи й тенденції його розвитку; оцінювати привабливість цільового сегмента; складати розрахунок прогнозу попиту на товар; розраховувати ціну продукції.

Тематика

Змістовий модуль 1. Маркетингові дослідження в енергетиці.

Тема 1. Сутність і система маркетингових досліджень.

Тема 2. Методи збирання і аналізу маркетингової інформації.

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

Тема 4. Сегментування ринку.

Тема 5. Маркетингові дослідження конкуренції і конкурентів. Формування звіту з маркетингових досліджень.

Змістовий модуль 2. Ціноутворення в енергетиці.

Тема 6. Основи ціноутворення. Цінова політика підприємства.

Тема 7. Формування роздрібних тарифів на електроенергію в Україні.

Тема 8. Порядок оплати за реактивну електроенергію.

Тема 9. Управління попитом на електроенергію.

Теми практичних занять

1. Визначення чисельності запропонованої вибірки
2. Визначення середньорічного споживання товару підприємства.
3. Визначення ціни за рівнем конкурентоспроможності товару і на основі коефіцієнта технічного рівня товару.
4. Визначення ціни на основі економічної цінності товару для споживача і орієнтацією на цільовий прибуток.
5. Визначення оптової закупівельної і ринкової цін на електроенергію.
6. Розрахунок економії електричної енергії при дотриманні на підприємстві рівномірного графіка навантаження.
7. Розрахунок економії електричної енергії при перенесенні початку роботи на підприємстві.
8. Порядок оплати за реактивну електроенергію.

Індивідуальні завдання

Підготовка рефератів та доповіді на щорічну науково-теоретичну конференцію викладачів, співробітників та студентів ВНТУ.

Контроль. Поточний контроль, який здійснюється у формі фронтального, індивідуального чи комбінованого контролю знань студентів під час практичних занять, тестування, колоквиумів, диф. заліку.

Оцінювання результатів навчання

<i>Модуль 1</i>		<i>Модуль 2</i>	
Практичні заняття	30	Практичні заняття	30
Контрольна робота	5	Контрольна робота	5
Колоквіум 1	15	Колоквіум 2	15
Сума за модуль 1	50	Сума за модуль 2	50
Сума за семестр 100			

Політика курсу

Викладач та всі здобувачі, що вивчають цей курс, зобов'язуються дотримуватись таких положень Кодекс етики ВНТУ, Положення про академічну доброчесність студентів та науково-педагогічних працівників ВНТУ, Положення про рейтингову систему оцінювання досягнень студентів у ВНТУ та розуміють, що за їх порушення несуть особисту відповідальність.

Базові інформаційні ресурси

1. Гительман Л. Д. Эффективная энергокомпания: Экономика. Менеджмент. Реформирование / Л. Д. Гительман, Б. Е. Ратников – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2002. – 544 с.
2. Ілляшенко С. М. Маркетингові дослідження: Навч. посіб. / С. М. Ілляшенко, М. Ю. Баскакова – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 192 с.
3. Бабур Л. Г. Ціни і ціноутворення. Навчальний посібник / Л. Г. Бабур, О. Г. Лялюк – Вінниця: ВНТУ, 2004. – 119 с.
4. Гаркавенко С. С. Маркетинг. Підручник. / С. С. Гаркавенко – Київ: Лібра, 2002. – 712 с.
5. Бурбело М. Й. Маркетинг енергії. Навчальний посібник / М. Й. Бурбело, О. О. Бірюков, Л. М. Мельничук – Вінниця: ВНТУ, 2008. – 119 с.