

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Економічний факультет **Кафедри бізнесу та управління персоналом**

Навчально-науковий інститут біології, хімії та біоресурсів **Кафедра молекулярної генетики та біотехнології**

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

Маркетинг, менеджмент та інновації в біотехнології

(вказати назву навчальної дисципліни (іноземною, якщо дисципліна викладається іноземною мовою))

обов'язкова

(вказати: обов'язкова)

Освітньо-професійна програма Біотехнології та біоінженерія

(назва програми)

Спеціальність 162 – Біотехнології та біоінженерія

(вказати: код, назва)

Галузь знань 16 – Хімічна інженерія та біоінженерія

(вказати: шифр, назва)

Рівень вищої освіти другий (магістерський)

(вказати: перший (бакалаврський)/другий (магістерський)/третій (освітньо-науковий))

Навчально-науковий інститут біології, хімії та біоресурсів

(назва факультету/інституту, на якому здійснюється підготовка фахівців за вказаною освітньо-професійною програмою)

Мова навчання українська

(вказати: на яких мовах читається дисципліна)

Розробники:

К.е.н., доцент кафедри бізнесу та управління персоналом Водянка Любов Дмитрівна
к.б.н., асистент кафедри молекулярної генетики та біотехнології Череватов Олександр
Володимирович

Профайл викладача (-ів) <http://ibhb.chnu.edu.ua/profile/user/119>

E-mail: l.vodjanka@chnu.edu.ua
o.cherevatov@chnu.edu.ua

Сторінка курсу в Moodle <https://moodle.chnu.edu.ua/course>

Консультації Онлайн консультації

1. Анотація дисципліни (призначення навчальної дисципліни).

Маркетинг, менеджмент та інновації в біотехнології – обов’язкова дисципліна для студентів другого (магістерського) рівня навчання за спеціальністю – Біотехнології та біоінженерія. Призначення дисципліни - формування системи знань про сутність і зміст маркетингу та менеджменту на біотехнологічному підприємстві, впровадження біотехнологічної продукції в умовах ринкової економіки і конкуренції.

2. Мета навчальної дисципліни: вивчення маркетингу та менеджменту у біотехнологічній діяльності, методів, принципів та прийомів, що застосовуються у сфері ринку біотехнологічних послуг, ознайомлення студентів з сучасними досягненнями маркетингу, менеджменту, інновацій, цінової і рекламної політики на ринку біотехнологічної продукції.

завдання: навчитись проводити дослідження ринку товарів чи послуг біотехнологічного спрямування; використовувати маркетингові політики в практичній діяльності біотехнолога; здійснювати планування асортименту біотехнологічної продукції; організовувати процес просування та реалізації продукції чи послуг біотехнологічного підприємства; вибирати ефективну систему організації служби біомаркетингу на біотехнологічному підприємстві; проводити контроль за реалізацією програм.

3. Пререквізити. Вивчення дисципліни «Маркетинг, менеджмент та інновації в біотехнології» ґрунтується на програмних результатах навчання ОП «Біотехнології та біоінженерія» для першого (бакалаврського) рівня навчання та вивчається після ОК «Методологія та організація біотехнологічних досліджень й основи інтелектуальної власності».

4. Результати навчання

В результаті навчання у здобувачів формуються такі компетентності:

ЗК 2. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 4. Здатність працювати в міжнародному контексті.

ЗК 5. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

ЗК 6. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

ФК 7. Здатність захищати інтелектуальну власність, зокрема патентувати винаходи у біотехнології.

ФК 10. Здатність розробляти та реалізовувати комерційні та науково-технічні плани і проекти в галузі біотехнології з урахуванням всіх аспектів вирішуваної проблеми, включаючи технічні, виробничі, експлуатаційні, комерційні, правові, питання охорони праці і навколишнього середовища.

ФК 11. Здатність розробляти нові біотехнологічні об’єкти і технології та підвищувати ефективність існуючих технологій на основі експериментальних та/або теоретичних досліджень та/або комп’ютерного моделювання.

ФК 15. Здатність застосовувати сучасні методи системного аналізу для дослідження та створення ефективних біотехнологічних процесів.

ФК 16. Здатність застосовувати проблемно-орієнтовані методи аналізу та оптимізації біотехнологічних процесів, управління виробництвом, мати навички практичного впровадження наукових розробок

ФК17. Здатність обґрунтовувати, реалізовувати та оптимізувати проектно-конструкторські рішення в галузі біотехнології.

ФК18. Здатність організовувати виробництво і управляти біотехнологічними процесами в умовах промислового виробництва та науково-дослідних лабораторій.

Програмні результати навчання

ПР 3. Здійснювати техніко-економічні розрахунки проектно-конструкторських рішень та аналізувати та оцінювати їх ефективність, екологічні та соціальні наслідки на коротко- та довгострокову перспективу

ПР 8. Планувати та управляти науково-дослідними, науково-технічними та/або виробничими проектами у галузі біотехнології, базуючись на сучасних тенденціях розвитку науки, техніки та суспільства.

ПР 10. Упроваджувати найбільш ефективні біотехнологічні методи та прийоми у практичну виробничу діяльність на основі оцінки ефективності передових біотехнологій та врахування загальних тенденцій розвитку новітніх біотехнологій у провідних країнах.

ПР12. Аналізувати і враховувати у практичній діяльності тенденції науково-технічного розвитку суспільства та біотехнологічної галузі.

ПР13. Формулювати і оцінювати вимоги, обґрунтувати вихідну сировину, матеріали та напівпродукти відповідно до умов біотехнологічного виробництва з урахуванням технологічних та інших невизначеностей.

ПР14. Вміти складати виробничу, технологічну та аналітичну документацію на біотехнологічні продукти різного призначення.

ПР15. Мати навички розробки та реалізації маркетингових програм і стратегій, аналізу та оцінювання варіантів просування біотехнологічної продукції до споживача, встановлення оптимальних цін на неї.

ПР16. Аналізувати зміст та умови зовнішньоторговельних контрактів, оцінювати та аналізувати їх.

ПР17. Оцінювати, аналізувати та обирати варіанти рішень з управління складними біотехнологічними процесами з урахуванням цілей, обмежень, прогнозів та ризиків.

знати: критерії успішної діяльності підприємств, напрями ефективної організації праці, систему методів управління у біотехнологічному виробництві, види, підходи та моделі прийняття управлінських рішень з метою підвищення, ефективності роботи біотехнологічних підприємств; теоретичні знання та вміння, які необхідні для раціонального використання сучасних технічних засобів та інформаційних технологій у процесі накопичення, використання та обміну біотехнологічною інформацією; поняття трудових ресурсів та персоналу організації, використовувати знання в біотехнологічній практиці.

вміти: класифікувати внутрішні перемінні та надавати характеристики складових внутрішнього середовища біотехнологічних підприємств; визначати функціональні обов'язки працівників біотехнологічних підприємств; використовувати організаційні методи, елементи мотивації та контролю як функцій управління в біотехнологічній практиці; обґрунтовувати етапи управлінських рішень та вимоги до них; застосовувати методичні принципи діловодства, використовувати теоретичні знання при виконанні організаційних документів; обґрунтовувати планування підприємницької діяльності та розробляти елементи бізнес-плану.

5. Опис навчальної дисципліни

5.1. Дидактична карта навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	лаб	п	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Теми лекційних занять	Змістовий модуль 1. Принципи та основи маркетингу та менеджменту в біотехнології											
Тема 1. Організація як об'єкт управління. Організація біотехнологічних виробництв.	7	2				5						

Діяльність менеджменту біотехнологічного виробництва												
Тема 2. Форми та організація ділових комунікацій на біотехнологічних підприємствах. Поняття, роль і класифікація документів підприємства. Управління людськими ресурсами	7	2				5						
Тема 3. Методологія маркетингових досліджень біоекономічних процесів. Принципи методологічного комплексу маркетингу	7	2				5						
Тема 4. Маркетингова товарна та цінова політика в біотехнології	9	2		2		5						
Тема 5. Використання цифрових маркетингових підходів у біотехнологічному виробництві. Характеристика цілей таргетованої реклами в біотехнологічному виробництві	14			4		10						
Змістовий модуль 2. Інновації в біотехнології												
Тема 6. Зміст інновацій, інноваційного процесу та інноваційної діяльності. Особливості основних функцій маркетингу інноваційної продукції	9	2		2		5						

Тема 7. Формування інноваційної системи біотехнологій: досвід зарубіжних країн, проблеми України	9			4		5						
Тема 8. Діагностика інноваційного біотехнологічного продукту на ринку	14			4		10						
Тема 9. Аналіз нормативно-законодавчої бази регулювання інноваційних процесів в Україні. Передумови та напрями реструктуризації системи фінансового забезпечення інноваційної діяльності в Україні	14			4		10						
Усього годин	90	10		20		60						
Підсумкова форма контролю	залік											

5.2. Зміст завдань для самостійної роботи

№	Назва теми
1	Організація біотехнологічної системи як об'єкти управління. Комунікаційні процеси в управлінні біотехнологічним виробництвом. Менеджмент та успішне управління біотехнологічним підприємством
2	Розвиток нових парадигм маркетингу, зокрема, екологічного маркетингу, відновлюваної енергетики та біоекономіки. Формування стратегії розвитку біоекономіки в Україні, зокрема: еко-інновації, екологічний розвиток, екологічне сільське господарство, відновлювана енергетика, екологічно безпечні технології виробництва, біотехнології.
3	Сутність виробничого, товарного, збутового і ринкового маркетингу. Сегментування ринку біотехнологічної продукції. Основні аспекти організації маркетингової діяльності на біотехнологічному підприємстві.
4	Асортимент біотехнологічних виробів. Споживчі властивості біотехнологічних товарів. Конкурентна спроможність біотехнологічної продукції. Ціна, ціноутворення, цінова політика біотехнологічних підприємств.
5	Нормативно-правову базу, яка регламентує маркетингову діяльність українських підприємств. Формування рівня споживчої якості в інноваційних проектах
6	Особливості розвитку біоіндустрії в Україні та зарубіжжі. Ризики при просуванні біотехнологічного продукту. Складники економічної безпеки підприємства при впровадженні біотехнологічної продукції
7	Особливості основних функцій маркетингу інноваційної продукції. Особливості прогнозування попиту на інновації. Особливості стимулювання попиту на

	інноваційну продукцію
8	Проектний менеджмент, впровадження стартапів та пілотних проектів. Схема вибору стратегій інноваційного розвитку підприємства
9	Проблеми на шляху впровадження інновацій. Основні фактори, що перешкоджають інноваційній діяльності промислових підприємств

6. Освітні технології, методи навчання і викладання навчальної дисципліни

Форми організації навчання: лекція, практичне заняття, консультація.

Методи навчання: пояснювально-ілюстративний метод, репродуктивний метод, метод проблемного навчання, частково-пошуковий метод, дослідницький метод.

7. Контроль та оцінювання результатів навчальних досягнень студентів з навчальної дисципліни

Контроль знань і умінь студентів (поточний і підсумковий) з дисципліни здійснюють згідно з кредитно-модульною системою організації навчального процесу. Рейтинг студента із засвоєння дисципліни визначається за 150 бальною шкалою. Він складається з рейтингу з навчальної роботи, для оцінювання якої призначається 135 балів, і рейтингу з атестації (заліку) – 15 балів.

Залік проводиться у формі тестового контролю.

Критерії оцінювання результатів навчання з навчальної дисципліни

Критерії оцінювання тестування:

Підсумкова (загальна оцінка) курсу є сумою рейтингових оцінок (балів), одержаних за окремі оцінювані форми навчальної діяльності: поточне та підсумкове тестування рівня засвоєності теоретичного матеріалу під час аудиторних занять та самостійної роботи (модульний контроль); оцінка (бали) за виконання практичних робіт.

Підсумкова оцінка виставляється після повного вивчення навчальної дисципліни, яка виводиться як сума проміжних оцінок за змістовні модулі. Остаточна оцінка рівня знань складається з рейтингу з навчальної роботи, для оцінювання якої призначається 135 балів, і рейтингу з атестації (заліку) – 15 балів.

Критерії оцінювання тестувань

На письмовому тестуванні студент отримує по 10 завдань по термінології курсу. Максимальну кількість балів за кожне завдання (0,5) студент отримує в разі повного і вірного висвітлення даного питання.

Критерії оцінювання виконання практичних робіт:

5б – студент самостійно виконав всі завдання практичної роботи, акуратно оформив і вчасно здав протокол, чітко, вільно відповідає на контрольні запитання,

4б – студент самостійно виконав всі завдання практичної роботи, акуратно оформив і вчасно здав протокол, проте припускається помилок при відповіді на контрольні запитання,

3б - студент самостійно виконав всі завдання практичної роботи, акуратно оформив протокол, проте невчасно здав протокол, припустився помилок при відповіді на контрольні запитання,

2б – студент виконав практичну роботу, проте припустився помилок при оформленні протоколу, не підготувався до захисту роботи,

0б – студент не виконав практичну роботу.

Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне тестування та самостійна робота									Підсумковий тест	Сума
Змістовий модуль 1									15	150
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9		

15	15	15	15	15	15	15	15	15		
----	----	----	----	----	----	----	----	----	--	--

Отриманий результат поділяється на коефіцієнт 1,5 для переведення у 100 бальну систему оцінювання

Зарахування результатів неформальної освіти

Зарахування результатів неформальної освіти проводиться згідно «Положення про взаємодію формальної та неформальної освіти, визнання результатів навчання (здобутих шляхом неформальної та / або інформальної освіти у системі формальної освіти)» <https://www.chnu.edu.ua/media/3aykf41y/polozhennia-pro-vzaiemodiiu-formalnoi-ta-neformalnoi-osvity.pdf>

Політика курсу

Впродовж семестру для перевірки знань студентів та контролю за самостійною роботою застосовують письмові роботи та тестовий контроль. При виконанні різних форм робіт студенти повинні дотримуватися принципів академічної доброчесності.

Питання плагиату та академічної доброчесності регламентуються ЗУ «Про вищу освіту» та локально-правовими актами ЗВО: Правила академічної доброчесності у Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича <https://www.chnu.edu.ua/media/lnojdab4/pravy-la-akademichnoi-dobrochesnosti.pdf>

Положення про виявлення та запобігання плагиату у Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича <https://www.chnu.edu.ua/media/n5nbzwb/polozhennia-chnu-pro-plahiat-2023plusdodatky-31102023.pdf>

та Етичний кодекс Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича <https://www.chnu.edu.ua/media/jxdfs0zb/etychnyi-kodeks-chernivetskoho-natsionalnoho-universytetu.pdf>

8. Рекомендована література

Основна

1. Маркетинг. Менеджмент. Інновації: монографія / за ред. д.е.н., професора С.М. Ілляшенка. – Суми : ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2010. – 621 с.
2. Маркетинг в термінах і означеннях. Навчальний посібник / Під ред. А.Ф.Кравчука. – Кіровоград, 2001. – 166 с.
3. Маркетинг: Підручник / А. Ф. Павленко, І. Л. Решетникова, А. В. Войчак та ін. – К.: КНЕУ, 2008. – 600 с.
4. Білорус Т.В., Горбась І.М. Менеджмент: практикум. К.: КНУ імені Тараса Шевченка, 2014. 471 с.
5. Менеджмент: навч. посібник. [колективне видання]; за заг. редакція І.О. Александрова. – Одеса : Астропринт, 2015. 388 с.

Допоміжна

1. Коротков А.В. Методологія маркетингу та маркетингових досліджень. 2014. URL: https://stud.com.ua/63560/marketing/metodologiya_marketingu_marketingovih_doslidzhen.
2. Теоретико-методологічні засади маркетингової діяльності на промислових підприємствах / К.С. Жадько та ін. Вісник економічної науки України. 2018. № 2. С. 57–61. URL: <http://www.venu-journal.org/download/2018/2/11-Zhadko.pdf>.
3. Energy Potential of Biogas Production in Ukraine / O. Kucher et al. MDPI Proceedings Journals Energies. 2022. № 15 (5). 1710 p. DOI: 10.3390/en15051710.
4. Marketing concepts in the formation of the biomass market in Ukraine / O. Kucher et al. Renewable Energy Sources: Engineering, Technology, Innovation. ICORES, 2020. 834 p. DOI: 10.1007/978-3-030-13888-2.
5. Органічне виробництво в Україні. Міністерство аграрної політики та продовольства України. 11 жовтня 2022 р. URL: <https://minagro.gov.ua/napryamki/organichne-virobnictvo/organichne-virobnictvo-v-ukrayini>.

6. Американська асоціація маркетингу (American Marketing Association). URL: Home Page — AMA PDX (ama-pdx.org).
7. Гайдар А.А. Інструментарій екологічного маркетингу в біотехнологічному виробництві. Економічний дискурс. 2020. № 3. С. 7–15.
8. Закон України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності» (№2806-IV).
9. Закон України «Про захист прав споживачів» (№1023-XII).
10. Закон України «Про рекламу» (№270/96-ВР).
11. Закон України «Про ліцензування деяких видів господарської діяльності» (№1775-111).
12. Закон України «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності» (№877-V).