

СИЛАБУС КУРСУ

МАРКЕТИНГ ЕНЕРГЕТИЧНИХ ПОСЛУГ



Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Ступінь вищої освіти – **бакалавр**

Спеціальність 141 «Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка»

Освітньо-професійна програма:

«Енергетичний аудит»

Кількість кредитів ECTS – 5

Рік навчання – 4, семестр – 8

Мова викладання – українська

Керівник курсу:

д.е.н., професор Петро ПУЦЕНТЕЙЛО

E-mail: p.putsenteilo@gmail.com; +38 0352 47-50-50*12-221

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна “Маркетинг енергетичних послуг” спрямована на формування у майбутніх спеціалістів системи знань про закономірності функціонування ринку енергетичних послуг, принципи та інструменти маркетингової діяльності в енергетичній сфері, особливості поведінки споживачів енергетичних послуг, механізми ціноутворення на ринку електричної енергії, а також методи розроблення й реалізації маркетингових стратегій енергетичних компаній з урахуванням регуляторного середовища та сучасних тенденцій розвитку smart-енергетики.

СТРУКТУРА КУРСУ

Години (лек./прак.)	Тема	Результати навчання	Завдання
2 / 2	1. Функція маркетингу	Мати чітке уявлення про сутність, функції, принципи та концепції маркетингу в системі діяльності підприємств енергетичних послуг.	Тести, питання для обговорення, ситуаційні завдання
2 / 2	2. Природа та характеристика послуг. Типи послуг	Ідентифікувати специфічні ознаки послуг, типи енергетичних послуг та особливості їх маркетингового забезпечення.	Тести, питання для обговорення, ситуаційні завдання
2 / 2	3. Зовнішнє середовище в сфері енергетичних послуг	Досліджувати фактори мікро- та макросередовища та їх вплив на маркетингову діяльність енергетичних компаній.	Тести, питання для обговорення, ситуаційні завдання
4 / 4	4. Маркетингові дослідження на ринку енергетичних послуг і виявлення цільових сегментів підприємницької діяльності	Визначати цільові сегменти ринку енергетичних послуг на основі результатів маркетингових досліджень та оцінювання конкурентного середовища.	Тести, питання для обговорення, ситуаційні завдання

4 / 4	5. Ринок електричної енергії	Знати умови і принципи функціонування ринку електричної енергії, його моделі та основні ризики діяльності енергетичних підприємств.	Тести, питання для обговорення, ситуаційні завдання
4 / 4	6. Ціноутворення на ринку електричної енергії України	Знати умови і принципи формування цін на основних сегментах ринку електричної енергії України.	Тести, питання для обговорення, ситуаційні завдання
4 / 4	7. Збут енергетичних послуг та комунікаційна політика сфери послуг	Ідентифікувати канали збуту енергетичних послуг та інструменти комунікаційної політики енергетичних компаній.	Тести, питання для обговорення, ситуаційні завдання
2 / 2	8. Маркетинг у smart-енергетиці	Досліджувати ринкові потреби та маркетингові підходи до просування енергетичних інновацій і smart-рішень.	Тести, питання для обговорення, ситуаційні завдання

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Податковий кодекс України від 2.12.2010 р. № 2756VI (зі змінами і доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>
2. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435IV. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.
3. Smart-енергетика і маркетинг: інновації для сталого та екологічно відповідального розвитку: навчальний посібник / Чигрин О.Ю., Хоменко Л.М., Зябіна Є.А. Одеса : Олді+, 2024. 104 с.
4. Бучнев М.М. Маркетингове ціноутворення: навчальний посібник. Київ: вид-во СНУ ім. В. Даля. 2023. 134 с. URL: <https://dspace.snu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/c43c465e-4414-4c4e-9c66-fdc0f2d61bc3/content>
5. Данченко О.Б., Дзюба Т.В. Маркетингові дослідження у проєктах: навчальний посібник. Київ: ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», 2021. 224 с.
6. Закон України «Про ціни і ціноутворення» від 21.06.2012 № 5007-VI із змінами. Редакція від 09.06.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17#Text>
7. Іваненко Л. М., Боєнко О. Ю. Маркетинг: навчальний посібник. Вид. 3-є, доп. і перероб. Вінниця: Донецький національний університет імені Василя Стуса, 2022. 362 с. 3. Маркетинг: навч. посіб. / Н. Іванченко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н.Р.Іванченко. Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 180 с.
8. Маркетинг : навч. посіб. для підготовки до атестаційного іспиту здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» / за ред. А. В. Вербицької, С. О. Полковниченко. Чернігів : НУ «Чернігівська політехніка», 2024. 276 с.
9. Маркетингові комунікації: навчальний посібник / О.І. Зоріна, О.В.Сиволовська, Т.В.Нескуба, О. М. Мкртчян. Харків: УкрДУЗТ, 2022. 228 с.
10. Мартинович Н.О., Горник В.Г., Бойченко Е.Б. Маркетингові дослідження: навчальний посібник. Київ: «Видавництво Людмила». 2021. 323 с.
11. Методичні вказівки з вивчення дисципліни “Маркетинг енергетичних послуг” для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 141 «Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка» галузі знань «Електрична інженерія». / Укладач: П. Р. Пуцентейло. Тернопіль: Вектор, 2025.
12. Методичні рекомендації до виконання самостійної роботи студентів з дисципліни “Маркетинг енергетичних послуг” для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 141 «Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка» галузі знань «Електрична інженерія». / Укладач: П. Р. Пуцентейло. Тернопіль: Вектор, 2025.
13. Методичні рекомендації до виконання практичних робіт студентів з дисципліни “Маркетинг енергетичних послуг” для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 141 «Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка» галузі знань «Електрична інженерія». / Укладач: П. Р. Пуцентейло. Тернопіль: Вектор, 2025.
14. Опорний конспект лекцій з дисципліни “Маркетинг енергетичних послуг” для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 141 «Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка» галузі знань «Електрична інженерія». / Укладач: П. Р. Пуцентейло. Тернопіль: Вектор, 2025.
15. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с.

16. Пуцентейло П.Р. Відновлювана енергія Європи: виклики і перспективи. Матеріали XIV Національної науково-практичної конференції «Сучасні аспекти та перспективні напрямки розвитку науки і бізнесу» [Тернопіль, 14 листопада 2024 р.]. Тернопіль: ФОП Осадца Ю.В., 2024. С. 81-83.

17. Пуцентейло П.Р. Розвиток відновлюваних джерел енергії – джерело енергонезалежності України. Освіта, наука, бізнес, енергетичні технології: сучасний стан, проблеми та перспективи: матеріали XIII Національної науково-практичної конференції [Тернопіль, 31 травня 2024 р.]. Тернопіль: ФОП Осадца Ю. В., 2024. 96 с. С. 67-68.

18. Пуцентейло П.Р. Розвиток ринку енергосервісних послуг України. Вектори інноваційного розвитку освіти, науки і бізнесу в умовах глобальних змін : матеріали IX Міжнародної науково-практичної конференції [Тернопіль, 25 травня 2021 р.]. Тернопіль: ФОП Осадца Ю. В., 2021. С. 68-69.

19. Пуцентейло П.Р., Брич В.Я., Бруханський Р.Ф., Домбровська Н.Р. Розвиток відновлюваних джерел енергії: економічні аспекти виробництва та статистичний аналіз глобальних тенденцій. *Інноваційна економіка*. 2024. № 2 (98). С. 218-230.

20. Пуцентейло П.Р., Бруханський Р.Ф., Брич Б.В., Нормативно-правове та економіко-організаційне забезпечення розвитку відновлювальної енергетики в ЄС: аналіз виробництва та прогнозні оцінки. *Інноваційна економіка*. 2024. № 4 (100). С. 300-313.

21. Ромат Є. В. Маркетингові комунікації: підручник. Київ: ННІЖ КНУ імені Тараса Шевченка / Студцентр, 2022. 354 с.

22. Fueling Growth: How Smart Marketing Can Skyrocket Your Tech Business. URL: https://www.technology.org/2024/10/28/fueling-growth-how-smart-marketing-can-skyrocket-your-tech-business/?utm_source

23. Global Green Finance Market Report. URL: <https://market.us/report/green-finance-market/> Greenwashing: 16 recent stand-out <https://thesustainableagency.com/blog/greenwashing-examples/> examples/ URL:

24. Grow your brand the smart way. URL: https://smartmarketer.com/?utm_source

25. Katz Jerome, Green Richard. Entrepreneurial Small Business. McGraw-Hill, 2021.

26. Kotler Philip, Armstrong Gary, Balasubramanian Sridhar, Agnihotri Prafulla. (2023). Principles of Marketing, 19th Edition, Pearson. 760 pages.

27. Smart Solar Marketing. URL: https://www.smartsolarmarketing.com/?utm_source

28. Smart-маркетинг: як створювати контент, що залучає, у соціальних мережах. URL: <https://genius.space/lab/smart-marketing-yak-stvoryuvati-kontent-shho-zaluchaye-u-sotsialnih-merezhah/>

29. World Wildlife Fund. URL: World Wildlife Fund Vert Energy Group. URL: <https://vertenergygroup.com/how-does-energy-benchmarking-support-regulatory-compliance/> International Energy Agency: IEA. URL: <https://www.iea.org/>

30. Цифровізація енергетики: як технології Smart Grid допоможуть відбудувати українські енергомережі. URL: <https://mind.ua/publications/20273149-cifrovizaciya-energetiki-yak-tehnologiyi-smart-grid-dopomozhut-vidbuduvati-ukrayinski-energomerezhi>.

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ ТА ВІДВІДУВАННЯ:

Політика щодо дедлайнів і перескладання: Для виконання індивідуальних завдань і проведення контрольних заходів встановлюються конкретні терміни. Перескладання модулів відбувається з дозволу дирекції інституту (факультету) за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Політика щодо академічної доброчесності: Використання друкованих і електронних джерел інформації під час контрольних заходів та екзаменів заборонене.

Політика щодо відвідування: За об'єктивних причин (наприклад, карантин, воєнний стан, хвороба, закордонне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн форматі за погодженням із керівником курсу з використанням платформ Zoom і Moodle.

ПОЛІТИКА ЩОДО ВИЗНАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Відповідно до «Положення про визнання в Західноукраїнському національному університеті результатів попереднього навчання» (https://www.wunu.edu.ua/pdf/pologhenya/Polozhennya_ruzult_poper_navch.pdf) здобувачам вищої освіти може бути зараховано результати навчання (неформальної/інформальної освіти, академічної мобільності тощо) на підставі підтвердних документів (сертифікати, довідки, документи про підвищення кваліфікації тощо). Рішення про зарахування здобувачу результатів (певного освітнього компонента в цілому, або ж окремого виду навчальної роботи за таким освітнім компонентом) приймається уповноваженою Комісією з визнання результатів навчання за процедурою, визначеною вищезазначеним положенням.

Оцінювання:

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Структура залікового кредиту для студентів, %:

Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3	Модуль 4
20%	20%	20%	20%	5%	15%
Поточне оцінювання	Модульний контроль 1	Поточне оцінювання	Модульний контроль 2	Тренінг	Самостійна робота
Середній бал за результатами поточного оцінювання за темами першого змістового модуля	Письмова робота за темами першого змістового модуля (тестові завдання, ситуаційні завдання)	Середній бал за результатами поточного оцінювання за темами другого змістового модуля	Письмова робота за темами другого змістового модуля (тестові завдання, ситуаційні завдання)	Оцінка за виконані завдання	Оцінка за виконані завдання

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАЙДІВ:

ECTS	Бали	За шкалою
A	90-100	Відмінно
B	85-89	Добре
C	75-84	Добре
D	65-74	Задовільно
E	60-64	Достатньо
FX	35-59	незадовільно з можливістю повторного складання
F	1-34	незадовільно з обов'язковим повторним курсом