

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Київський національний університет будівництва і архітектури

## **ІНВЕСТИЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ**

Методичні рекомендації  
до виконання практичних занять  
для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня  
спеціальності 075 «Маркетинг»  
денної та заочної форм навчання

Київ 2024

Укладачі: Р. А. Дименко, доктор економічних наук, професор;  
С. М. Марченко, кандидат економічних наук, доцент;  
О. В. Романенко, кандидат економічних наук, доцент;  
В.І. Лазаренко, кандидат економічних наук, доцент

Рецензент Л. М. Алавердян, кандидат економічних наук, доцент

Відповідальний за випуск П. В. Захарченко, кандидат технічних наук, професор

*Затверджено на засіданні кафедри товарознавства та комерційної діяльності у будівництві, протокол № 13 від 7 лютого 2024 року.*

В авторській редакції.

**Інвестиційний маркетинг** : методичні вказівки до виконання  
I-58 практичних занять / уклад.: Дименко Р. А. та ін. – Київ : КНУБА, 2024.  
– 12 с.

Містять короткий зміст дисципліни «Інвестиційний маркетинг» для практичного вивчення курсу. Наведено методичні рекомендації для виконання бізнес-кейсів, завдання для індивідуальної роботи та методичні матеріали до її виконання з навчальної дисципліни «Інвестиційний маркетинг».

Призначено для здобувачів спеціальності 075 «Маркетинг» денної та заочної форм навчання освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр».

## *Загальні положення*

Актуальність інвестиційного маркетингу в сучасному бізнес-світі полягає у тому, що завдяки глобалізації та технологічному розвитку інвестиційні ринки стають все більш конкурентоспроможними, а інвестиційний маркетинг допомагає компаніям виділятися серед безлічі пропозицій і привертати увагу потенційних інвесторів.

Постійна поява нових фінансових продуктів та інструментів вимагає від компаній не лише пропозиції, а й успішного просування цих продуктів на ринку, а інвестиційний маркетинг допомагає адаптуватися до змін у цих фінансових послугах. Інвестори стають більш поінформованими та потребують більшої прозорості щодо інвестиційних можливостей, а отже, ефективний інвестиційний маркетинг сприяє встановленню довіри з інвесторами через чітку комунікацію та надання повної інформації. Інвестори все частіше оцінюють не лише фінансову продуктивність, а й соціальну відповідальність та стійкість компаній, інвестиційний маркетинг може підкреслити ці аспекти та залучити інвесторів, які поділяють аналогічні цінності.

Упровадження технологічних рішень у сфері фінансів (наприклад, блокчейн, штучний інтелект) створює нові можливості та виклики, а інвестиційний маркетинг може допомогти компаніям успішно впроваджувати й монетизувати ці інновації. Поточні геополітичні події та економічна невизначеність наголошують на важливості ефективного управління ризиками та залучення інвесторів, готових справлятися з такими умовами. Інвестори дедалі більше оцінюють перспективи довгострокової стійкості та зростання, а інвестиційний маркетинг може підтримувати ці стратегії, спрямовані створення довгострокової цінності.

Отже, дисципліна «Інвестиційний маркетинг» залишається актуальною та важливою для компаній, які прагнуть залучити та керувати інвестиціями

у швидко мінливому та складному фінансовому середовищі. Вивчення цієї дисципліни спрямоване на оволодіння знаннями актуальних проблем маркетингу інвестицій, а також на вміння використовувати методи розрахунку ефективності маркетингових витрат, короткострокових і довгострокових маркетингових інвестицій.

Метою вивчення дисципліни «Інвестиційний маркетинг» є розуміння майбутнім випускником сутності механізму функціонування інвестиційного процесу, логіки маркетингової діяльності та різниці в підходах до планування й оцінки коротко- і довгострокових інвестицій у ринок (маркетингових витрат).

За результатами її вивчення студент повинен розуміти фінансові критерії ефективності маркетингу, вміти здійснювати оцінку ефективності маркетингових витрат, розраховувати короткострокові та довгострокові маркетингові інвестиції, визначати принципи формування інвестиційної стратегії і тактики інвестора.

## **ТЕМАТИКА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ** **(розробка бізнес-кейсів)**

Робота на практичних заняттях з вивчення освітньої компоненти «Інвестиційний маркетинг» полягає у створенні команд з 2–3 студентів у кожній, які готують коротку аналітичну доповідь з тематики заняття. Завдання інших команд та медіатора (викладача) – давати оцінку проекту, в тому числі на основі власних економічних моделей.

**Практичне заняття 1.** *Дослідження ринку та аналіз інвестиційних можливостей*

Проведення аналізу галузі, включно з вивченням тенденцій ринку, конкурентного середовища та потенційних ринкових прогалів. Наприклад, дослідження технологічних компаній виявлення інноваційних проєктів.

**Практичне заняття 2.** *Розробка маркетингової стратегії для залучення інвесторів*

Створення комплексної маркетингової кампанії, включно з використанням цільових рекламних каналів, участю в інвестиційних форумах та підготовкою привабливої презентації для інвесторів.

**Практичне заняття 3.** *Управління відносинами з інвесторами (IR)*

Регулярні оновлення про фінансові показники компанії, проведення вебінарів для інвесторів та відповіді на питання через платформи спілкування.

**Практичне заняття 4.** *Оцінка ризиків та створення портфельної стратегії*

Розробка моделі оцінки ризиків із використанням статистичних методів, аналіз історичних даних і визначення оптимального співвідношення активів в інвестиційному портфелі.

**Практичне заняття 5.** *Створення фінансових моделей*

Розробка прогнозів доходів і витрат, побудова фінансових сценаріїв з урахуванням різних змінних, як-от інфляція, валютні коливання та зміни ставок.

**Практичне заняття 6.** *Оцінка ефективності маркетингових кампаній*

Моніторинг надходження інвесторів через різні канали (наприклад,

соціальні мережі, онлайн-реклама), аналіз конверсії та взаємодії з вебсайтом.

**Практичне заняття 7. *Навчання та обслуговування клієнтів***

Організація вебінарів і семінарів для інвесторів, надання онлайн-ресурсів та часті оновлення інвестиційних продуктів.

**Практичне заняття 8. *Управління кризами та репутацією***

Розробка плану управління кризами, включно з ефективною комунікацією із зацікавленими сторонами, відновленням репутації після негативних подій.

**Практичне заняття 9. *Презентація та захист індивідуальних робіт студентів***

## **ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ**

Індивідуальне завдання може бути виконане в різних формах. Зокрема, студенти можуть зробити його у вигляді наукового повідомлення (реферату). Реферат повинен мати обсяг від 18 до 24 сторінок А4 тексту (кегель Times New Roman, шрифт 14, інтервал 1,5), містити план, структуру основної частини тексту відповідно до плану, висновки і список літератури, складений відповідно до ДСТУ 8302:2015. У рефераті можна також помістити словник базових понять до теми. Водночас індивідуальне завдання може бути виконане в інших формах, наприклад у вигляді дидактичного проєкту, у формі презентації у форматі Power Point. У цьому разі обсяг роботи визначається індивідуально – залежно від теми.

Література, що рекомендується для виконання індивідуального завдання, наведена в цій робочій програмі, а в електронному вигляді вона розміщена на освітньому сайті КНУБА, на сторінці кафедри.

## **Орієнтовна тематика наукових повідомлень**

1. Вплив маркетингових інвестицій на вартість підприємства
2. Вплив стратегії маркетингу продукту на ринок капіталу
3. Управління бюджетом маркетингу в умовах обмежених витрат
4. Взаємовідносини маркетингової стратегії та ефективності
5. Стратегічні моделі маркетингу та результативність
6. Ринкові активи. Створення вартості за допомогою маркетингових інвестицій
7. Задоволеність клієнтів і цінність для акціонерів
8. Сприйняття бренду та ринок звичайних акцій
9. Інтенсивність маркетингу в умовах фінансових обмежень
10. Ціннісна релевантність ставлення до бренду на ринку будівельних матеріалів
11. Вплив задоволеності клієнтів на співвідношення між прибутками та вартістю підприємства

## **МЕТОДИ КОНТРОЛЮ**

Основні форми участі студентів у навчальному процесі, що підлягають поточному контролю: виступ на практичних заняттях; доповнення, опанування до виступу, рецензія на виступ; участь у дискусіях; аналіз першоджерел; письмові завдання (тестові, індивідуальні роботи) та інші письмові роботи, оформлені відповідно до вимог. Кожна тема курсу відпрацьовується студентами у тій чи іншій формі, наведеній вище. Обов'язкова присутність на лекційних заняттях, активність упродовж семестру, відвідування / відпрацювання всіх аудиторних занять, виконання інших видів робіт, передбачених навчальним планом із цієї дисципліни.

Під час оцінювання рівня знань студента аналізу підлягають:

– характеристики відповіді: цілісність, повнота, логічність, обґрунтованість, правильність;

– якість знань (ступінь засвоєння фактичного матеріалу): осмисленість, глибина, гнучкість, дієвість, системність, узагальненість, міцність;

– ступінь сформованості вміння поєднувати теорію і практику під час розгляду ситуацій, практичних завдань;

– рівень володіння розумовими операціями: уміння аналізувати, синтезувати, порівнювати, абстрагувати, узагальнювати, робити висновки з проблем, що розглядаються;

– досвід творчої діяльності: уміння виявляти проблеми, розв'язувати їх, формувати гіпотези;

– самостійна робота: робота з навчально-методичною, науковою, допоміжною вітчизняною та зарубіжною літературою з питань, що розглядаються, уміння отримувати інформацію з різноманітних джерел (традиційних; спеціальних періодичних видань, ЗМІ, Internet тощо).

**Підсумковий контроль** здійснюється з урахуванням підсумків поточного контролю та захисту індивідуального завдання. Під час семестрового контролю враховуються результати здачі всіх видів навчальної роботи згідно зі структурою кредитів.

Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою.

### РОЗПОДІЛ БАЛІВ

<i>Поточний контроль</i>								<i>Індивідуальне завдання</i>	<i>Залік</i>
<i>Тема 1</i>	<i>Тема 2</i>	<i>Тема 3</i>	<i>Тема 4</i>	<i>Тема 5</i>	<i>Тема 6</i>	<i>Тема 7</i>	<i>Тема 8</i>		
7	7	7	7	7	7	7	7	10	34

### ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОЇ РОБОТИ

<b>Оцінка за національною шкалою</b>	<b>Кількість балів</b>	<b>Критерії</b>
<b>відмінно</b>	10	відмінне виконання (розкриття теми, посилання та цитування сучасних наукових джерел (не старше 2018 року), <b>дотримання норм доброчесності</b> )
	8	відмінне виконання з незначною кількістю помилок виконання (розкриття теми, посилання та цитування сучасних наукових джерел (більшість з яких не старше 2018 року), <b>дотримання норм доброчесності</b> )
<b>добре</b>	6	виконання вище середнього рівня з кількома помилками (розкриття теми в межах об'єкта та завдань роботи, посилання та цитування сучасних наукових джерел (серед яких є такі, що не старше 2018 року), <b>дотримання норм доброчесності</b> )
	4	виконання з певною кількістю помилок (розкриття теми в межах об'єкта та завдань роботи, наявність посилань і цитувань наукових джерел, <b>дотримання норм доброчесності</b> )
<b>задовільно</b>	2	виконання роботи задовольняє мінімальним критеріям помилок (розкриття теми здебільшого в межах об'єкта роботи, наявність концептуального апарату роботи, присутність не менше ніж 5 посилань і цитувань наукових джерел, <b>дотримання норм доброчесності</b> )

### ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ: НАЦІОНАЛЬНА ТА ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90–100	<b>A</b>	Зараховано
82–89	<b>B</b>	
74–81	<b>C</b>	
64–73	<b>D</b>	
60–63	<b>E</b>	
35–59	<b>FX</b>	Не зараховано з можливістю повторного складання
<u>0–34</u>	<b>F</b>	Не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

#### Перелік питань до заліку:

1. Вибір джерел фінансування інвестицій.
2. Види ефектів від реалізації інвестиційного проєкту.
3. Вплив розміру підприємства на вибір стратегії інвестування.
4. Врахування інфляції у грошових потоках.
5. Державне регулювання інвестиційної діяльності.
6. Економічна суть і класифікація інвестицій.
7. Життєвий цикл інвестиційного проєкту.
8. Інвестиційна стратегія як система довгострокових цілей інвестиційної діяльності підприємств.
9. Критерії та порядок ранжирування інвестиційних проєктів.
10. Методи державного регулювання інвестиційного ринку.
11. Методи оцінки собівартості продукції, що розробляється.
12. Методи оцінювання ризиків інвестиційного проєкту.
13. Методи фінансування інвестиційних проєктів.
14. Методика оцінювання інвестиційного потенціалу країни.
15. Методика оцінювання інвестиційної привабливості галузі (регіону).
16. Методологія простих і складних процентів.
17. Необхідність, мета, зміст управління інвестиціями на підприємстві.

18. Облік ризику за допомогою коректування величини норми дисконтування.
19. Основні етапи розробки інвестиційної стратегії.
20. Основні підходи до оцінки ефективності інвестиційних проєктів в умовах високих темпів інфляції.
21. Оцінка стійкості проєкту.
22. Оцінка фактору невизначеності.
23. Планування інвестицій: довгострокове, короткострокове та поточне.
24. Показники економічної ефективності інвестиційного проєкту.
25. Показники загальної ефективності капітальних вкладень на рівні держави та підприємства.
26. Показники стану інвестиційної діяльності на підприємстві.
27. Ризик і методи його обліку в розрахунках ефективності інвестицій.
28. Роль інвестицій у підвищенні конкурентоспроможності продукції та підприємства.
29. Стратегія формування інвестиційних ресурсів.
30. Структура бізнес-плану інвестиційного проєкту.

## СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Артем'єва О. А. Фінансовий маркетинг: теорія і практика : підручник / О. А. Артем'єва [и др.]; під заг. ред. С. В. Коропової. – 2018. – 287 с.
2. Богуцька О. А., Брюховецький Я. С. Оцінка рівня інвестиційно-інноваційної активності у взаємозв'язку з політикою інтелектуалізації та мотивації праці персоналу промислових підприємств // Вісник економічної науки України. Київ : АЕНУ, 2017. – № 1. – С. 19–25.
3. Брюховецька Н. Ю., Булеєв І. П. Ресурси і механізми інвестиційно-інноваційного розвитку промислових підприємств України // Вісник економічної науки України. Київ : АЕНУ, 2019. – № 1. – С. 11–25.
4. Гриценко С. І. Можливості маркетингу та логістики в сталому розвитку регіонів України // Вісник економічної науки України. Київ : АЕНУ, 2018. – № 1. – С. 36–39.
5. Кучер А. В. Методичні засади оцінювання інвестиційної привабливості підприємств // Вісник економічної науки України. Київ : АЕНУ, 2018. – № 1. – С. 77–85.
6. Майорова І. М. Логістика в міжнародному бізнесі : монографія / Держ. вищ. навч. закл. «Приазов. держ. техн. ун-т» (ДВНЗ «ПДТУ»). – Маріуполь : Вид.-полігр. центр ДВНЗ «ПДТУ», 2018. – 389 с.
7. «4Р» маркетингу компаній : монографія / Т. А. Васильєва, С. М. Козьменко, О. В. Козьменко. – Суми : Університетська книга, 2019. – 432 с.

Навчально-методичне видання

# ІНВЕСТИЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ

Методичні рекомендації  
до виконання практичних занять  
для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня  
спеціальності 075 «Маркетинг»  
денної та заочної форм навчання

Укладачі: **Дименко** Руслан Анатолійович,  
**Марченко** Світлана Миколаївна,  
**Романенко** Олеся Валеріївна та ін.

Випусковий редактор *Т. В. Івченко*  
Комп'ютерне верстання *Л. В. Лабунець*

Підписано до друку 14.01.2025. Формат 60 x 84<sub>1/16</sub>  
Ум. друк. арк. 0,70. Обл.-вид. арк. 0,75.  
Електронний документ. Вид. № 181/III-24

Видавець і виготовлювач:  
Київський національний університет будівництва і архітектури  
Проспект Повітряних Сил, 31, Київ, Україна, 03037

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів  
видавничої справи ДК № 808 від 13.02.2002