

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІАКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Навчально-науковий інститут денної освіти
Кафедра маркетингу

СИЛАБУС

навчальної дисципліни
«Маркетингові дослідження»
на 2019-2020 навчальний рік

| | |
|--------------------------------|----------------------------------|
| Курс та семестр вивчення | 2 курс, 1 семестр |
| Освітня програма/спеціалізація | «Бізнес-адміністрування» |
| Спеціальність | 073 Менеджмент |
| Галузь знань | 07 Управління та адміністрування |
| Ступінь вищої освіти | бакалавр |

ПІБ НПП, який веде дану дисципліну,
науковий ступінь і вчене звання,
посада

Захаренко-Селезньова Анжела Миколаївна
старший викладач кафедри маркетингу

| | |
|------------------------------|--|
| Контактний телефон | +38-066-296-04-56 |
| Електронна адреса | angella.zs.68@gmail.com |
| Розклад навчальних занять | http://schedule.puet.edu.ua/ |
| Консультації | очна http://www.marketing.puet.edu.ua он-лайн: електронною поштою, пн-пт з 10.00-17.00 |
| Сторінка дистанційного курсу | https://el.puet.edu.ua/ |

Опис навчальної дисципліни

| | |
|---|---|
| Мета вивчення навчальної дисципліни | Дисципліна спрямована на формування можливостей використання маркетингових досліджень у маркетинговій діяльності підприємства для підвищення його конкурентоспроможності; дати студентам уявлення про методи і технології, що використовуються при проведенні маркетингових досліджень; навчити використовувати результати маркетингових досліджень для прийняття управлінських рішень. |
| Тривалість | 3 кредити ЕКТС/90 годин (лекції 4 год., семінарські заняття 6 год., самостійна робота 80 год.) |
| Форми та методи навчання | Лекції та семінарські заняття, самостійна робота поза розкладом. |
| Система поточного та підсумкового контролю | Поточний контроль: відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; поточні модульні роботи. Підсумковий контроль: залік. |
| Базові знання | Наявність базових знань з основ маркетингу. |
| Мова викладання | Українська |

Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

| Програмні результати навчання | Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач |
|--|--|
| ПРН06. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень. ПРН11. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації. | ЗК03. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу. ЗК04. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях ЗК10. Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні. СК02. Здатність аналізувати результати діяльності організації та бізнесу, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища. СК12. Здатність аналізувати й структурувати проблеми бізнесу та бізнес-організації, формувати обґрунтовані рішення. |

Тематичний план навчальної дисципліни

| Назва теми | Види робіт | Завдання самостійної роботи у розрізі тем |
|---|---|---|
| Модуль 1: Маркетингові дослідження | | |
| Тема 1. Система маркетингових досліджень та маркетингова інформація | Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи. | Огляд основних нормативно-правових актів, які регламентують процес проведення маркетингових досліджень в Україні та світі. Формування та підбір інформаційних джерел для отримання результатів маркетингових досліджень |
| Тема 2. Структура та процес маркетингових досліджень | Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи. | Складання плану маркетингового дослідження |
| Тема 3. Методика визначення місткості ринку, його сегментів | Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи. | Збір інформації для розрахунку місткості ринку; розрахунок місткості ринку різними методами |
| Тема 4. Дослідження кон'юнктури ринку | Відвідування занять; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи. | Проведення дослідження основних факторів, що утворюють кон'юнктуру ринку. |

Інформаційні джерела

1. Жегус О. В. Маркетингові дослідження ринку : монографія / О. В. Жегус, Л. О. Попова, Т. М. Парцирна; Харк.держ. ун-т харчування та торгівлі. - Х., 2010. - 176 с.
2. Зюкова І. О. // Технології маркетингових досліджень [Текст]: навчальний посібник / І. О. Зюкова. – Львів: Магнолія-2006, 2019. – 340 с.
3. Косар Н. С. Маркетингові дослідження: Підручник / Н. С. Косар, О. Б. Мних, Є. В. Крикавський, С. В. Леонова. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2018. 460 с.
4. Мальська, М. П. Маркетингові дослідження [Текст] / М. П. Мальська // Основи маркетингу у туризмі [Текст] : підручник / М. П. Мальська, Н. Л. Мандюк. – Київ : Центр учб. л-ри, 2016. – С. 53–100.
5. Маркетингова аналітика. Як підкріпити інтуїцію даними / Адель Світвуд ; пер. з англ. Олександра Асташова. - Київ : Наш формат, 2019. - 150, [2] с.
6. Маркетингові дослідження: навч. посіб. / Л. С. Безугла [та ін.] ; Дніпров. держ. аграр.-екон. ун-т. - Дніпро : Біла К.О. [вид.], 2019. - 299 с.
7. Маркетингові дослідження: підручник / Н. С. Косар [та ін.] ; Нац. ун-т "Львів. політехніка". - Львів : Вид-во Львів.політехніки, 2018. - 457 с.
8. Маркетингові дослідження: підручник : [Електронний ресурс] / Т.Б. Решетілова, С.М. Довгань ; М-во освіти і науки України, Нац. гірн. ун-т. – Електрон. текст. дані. – Дніпропетровськ : НГУ, 2015. – 357 с.
9. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст [монографія] за заг. ред. д.е.н., проф. Н.В. Карпенко. – Київ: Центр учбової літератури, 2016. – 252 с.
10. Ортинська, В. В. Маркетингові дослідження [Текст] : підручник / В. В. Ортинська, О. М. Мельникович. – 2-ге вид., допов. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 436 с. + Електрон. зміст. – Режим доступу: локальна мережа ПУЕТ:
11. Полторац, В.А. Маркетингові дослідження [Текст] : навч. посібник / В.А. Полторац, І. В. Тараненко, О. Ю. Красовська. – 3-тє вид., переробл. та доповн. – Київ : Центр учб. л-ри, 2014. – 342 с.
12. Сучасний маркетинг: аналіз та перспективи розвитку : наук. вид. / П. А. Орлов, Н. М. Лисиця, Г. О. Холодний та ін. – Харків : Вид. ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. – 212 с.

Програмне забезпечення навчальної дисципліни

- Пакет програмних продуктів Microsoft Office.

Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання

- Політика щодо термінів виконання та перескладання: завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75 % від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). Перескладання модулів відбувається із дозволу провідного викладача за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

- Політика щодо академічної доброчесності: списування під час виконання поточних модульних робіт та тестування заборонено (в т. ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття.
- Політика щодо відвідування: відвідування занять є обов'язковим компонентом. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі (Moodle) за погодженням із провідним викладачем.
- Політика зарахування результатів неформальної освіти: <http://puet.edu.ua/uk/publiczna-informaciya>

Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

| Види робіт | Максимальна кількість балів |
|--|-----------------------------|
| Модуль 1 (теми 1-4): виконання навчальних завдань; виконання тестів; виконання самостійної роботи; поточна модульна робота I | 60 |
| Підсумковий контроль (ПМК) | 40 |
| Разом | 100 |

Шкала оцінювання здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

| Сума балів за всі види навчальної діяльності | Оцінка за шкалою ЄКТС | Оцінка за національною шкалою |
|--|-----------------------|---|
| 90-100 | A | Відмінно |
| 82-89 | B | Дуже добре |
| 74-81 | C | Добре |
| 64-73 | D | Задовільно |
| 60-63 | E | Задовільно достатньо |
| 35-59 | FX | Незадовільно з можливістю повторного складання |
| 0-34 | F | Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни |