

СУЧАСНІ МЕТОДИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі

Факультет аграрного менеджменту

<i>Лектор</i>	Ларіна Ярослава Степанівна
<i>Семестр</i>	2
<i>Освітньо-науковий ступінь</i>	phD доктор філософії
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	5
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години</i>	40 (20 год лекцій, 20 год лабораторних занять)

Загальний опис дисципліни

Основною метою навчальної дисципліни є засвоєння здобувачами знань щодо основних принципів організації та проведення маркетингових досліджень, набуття вмінь застосовувати сучасні методи та інструменти маркетингових досліджень з метою прийняття обґрунтованих рішень керівниками підприємств та маркетингових відділів.

Теми лекцій:

1. Теоретичні засади організації маркетингових досліджень
2. Маркетингова інформація, її джерела та методи збору
3. Маркетингові дослідження ринку та основні показники ринкової кон'юнктури.
4. Маркетингові дослідження конкуренції та конкурентів.
5. Маркетингові дослідження поведінки споживачів.
6. Дослідження конкурентоспроможності підприємства та його продукції.
7. Маркетингові дослідження внутрішнього середовища фірми
8. Маркетингове дослідження брендів та аналіз лояльності до торгової марки
9. Програмні продукти та їх використання в маркетингових дослідженнях
10. Маркетингові інтернет-дослідження

Теми практичних занять:

1. Теоретичні засади організації маркетингових досліджень
2. Маркетингова інформація, її джерела та методи збору
3. Маркетингові дослідження ринку та основні показники ринкової кон'юнктури.
4. Маркетингові дослідження конкуренції та конкурентів.
5. Маркетингові дослідження поведінки споживачів.
6. Дослідження конкурентоспроможності підприємства та його продукції.
7. Маркетингові дослідження внутрішнього середовища фірми
8. Маркетингове дослідження брендів та аналіз лояльності до торгової марки
9. Програмні продукти та їх використання в маркетингових дослідженнях
10. Маркетингові інтернет-дослідження

Список рекомендованої літератури:

1. Войчак А.В. Маркетингові дослідження [Текст]: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. К.: КНЕУ, 2001. – 119 с.
2. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика [Текст]: учеб. [4-е изд., перераб. и доп.]. – М.: Финпресс, 2008. – 496 с.
3. Жегус О. В. Маркетингові дослідження : навчальний посібник / О.В. Жегус, Т.М. Парцирна ; ФОП Іванченко І.С. Х., 2016. 237 с.
4. Зозулев А.В. Маркетинговые исследования : теория, методология, статистика [Текст]: учеб. пособие. / А.В. Зозулев, С.А. Солнцев. М. : Рыбари; К. : Знання, 2008. 643 с.
5. Косар Н.С. Маркетингові дослідження. Підручник / Н. С. Косар, О. Б. Мних, Є. В. Криківський, С. В. Леонова. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2018. 460 с.
6. Маркетинговий аналіз: навчальний посібник / Д. А. Штефаніч, О. С. Братко, О. Д. Дячун, Р. Б. Окрепкий. Тернопіль: Економічна думка ТНЕУ, 2012. 296 с.
7. Ортинська В.В. Маркетингові дослідження: підручник. Київ : КНТЕУ, 2015. - 435 с.

8. Телетов О.С. Маркетингові дослідження: навчальний посібник. К: Знання України, 2010. 299 с.

Інформаційні ресурси:

1. Войчак А.М., Федорченко А.В. Маркетингові дослідження: Підручник. К. : КНЕУ, 2007. 408 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.twirpx.com/file/1190778/>
2. Лирик І.В., Кудирко О.В. Маркетингові дослідження: кейси та ситуаційні вправи: Практикум. – К.: КНЕУ, 2010. 313 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.twirpx.com/file/695523/>
3. Решетілова Т.Б. Маркетингові дослідження: підручник : [Електронний ресурс] / Т.Б. Решетілова, С.М. Довгань ; М-во освіти і науки України, Нац. гірн. ун-т. Дніпропетровськ : НГУ, 2015. 357 с. Режим доступу : <http://nmu.org.ua>.
4. Ілляшенко С.М. Маркетингові дослідження: Навч. посіб. За ред. д-ра екон. наук, проф. С. М. Ілляшенка. К.: Центр навчальної літератури, 2006. 192 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://km.fem.sumdu.edu.ua/p%D1%96druchniki-ta-navchaln%D1%96-pos%D1%96bniki/marketingov%D1%96-dosl%D1%96dzhennya-2>
5. Офіційний сайт компанії Nielsen. Режим доступу: <https://www.nielsen.com/ua/uk/>