



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «Маркетингові дослідження»

Ступінь вищої освіти - Бакалавр
Спеціальність **075 Маркетинг**
Освітня програма
Рік навчання 3, семестр 6
Форма навчання (денна, заочна)
Кількість кредитів ЄКТС 4
Мова викладання (українська)

Лектор курсу
Контактна інформація
лектора (e-mail)
Сторінка курсу в eLearn

к.е.н. Карпенко Лариса Федорівна

larysakarpenko87@gmail.com

<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=1297>

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

У результаті вивчення освітнього компоненту здобувачі вищої освіти оволодіють такими компетентностями:

інтегральна: Здатність виконувати завдання, вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності, що передбачає застосування сучасних методів проведення маркетингових досліджень.

загальні компетентності:

1. Здатність використовувати інформаційно-комунікаційні технології для пошуку, обробки, аналізу інформації з різних джерел.
2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
3. Здатність проводити дослідження на відповідному рівні, приймати обґрунтовані рішення та генерувати нові ідеї.
4. Здатність працювати в команді.

спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

1. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
2. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингових досліджень.
3. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.
4. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
5. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції/лабораторні, практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оцінюван ня
3 курс 6 семестр				
Модуль 1. Планування та організація маркетингових досліджень				
Тема 1. Система маркетингових досліджень	4/4	Розуміти систему маркетингових досліджень. Розрізняти види маркетингової інформації.	Розв'язок задач, кейсів. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn)	Виконання та задача практичних робіт (згідно з журналом оцінювання в elearn.)
Тема 2. Структура і процес маркетингових досліджень	4/4	Знати процес маркетингових досліджень. Застосовувати методи збирання інформації.		

Тема 3. Програмні продукти та їх використання в маркетингових дослідженнях	4/4	Знати та вміти використовувати програмні продукти в маркетингових дослідженнях.		
Модуль 2. Особливості проведення маркетингових досліджень				
Тема 4. Дослідження кон'юнктури ринку	4/6	Знати фактори і умови формування та розвитку кон'юнктури ринків. Вміти визначати місткість ринку та його сегментів.	Розв'язок задач, кейсів. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn)	Виконання та задача практичних робіт (згідно з журналом оцінювання в elearn.)
Тема 5. Дослідження конкурентоспроможності підприємства, конкурентного середовища та конкурентів	4/6	Знати підходи до визначення конкурентоспроможності підприємства. Вміти аналізувати конкурентне середовище.		
Тема 6. Дослідження поведінки споживачів	4/6	Знати моделі поведінки споживачів. Розрізняти ситуаційні впливи на процес прийняття рішення про купівлю.		
Тема 7. Підготовка та презентація підсумкового звіту про дослідження	4/6	Знати вимоги до звіту про результати маркетингових досліджень. Вміти формувати та презентувати звіт.	Написання звітів	
Всього за 1 семестр				70
Екзамен				30
Всього за курс				100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо дедлайнів та перекладання:	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перекладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
Політика щодо академічної доброчесності:	Списування під час модульних контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Курсові роботи, звіти повинні мати коректні текстові посилання на використані літературні джерела.
Політика щодо відвідування:	Відвідування лекційних та практичних занять є обов'язковим для всіх здобувачів освіти. За об'єктивних причин (наприклад: хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись згідно з індивідуальним графіком, затвердженим у визначеному порядку. Пропущені заняття, після їх опрацювання здобувачем освіти, відпрацьовуються у вигляді співбесіди з викладачем.

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ СТУДЕНТІВ

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання екзаменів заліків	
	екзаменів	заліків
90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	
60-73	задовільно	
0-59	незадовільно	не зараховано