



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «Маркетингові дослідження»

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Спеціальність **075 Маркетинг**

Освітня програма «Маркетинг»

Рік навчання 3, семестр 6

Форма навчання (денна, заочна)

Кількість кредитів ЄКТС 4

Мова викладання (українська)

Лектор курсу

к.е.н., доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі
Карпенко Лариса Федорівна

Контактна інформація
лектора (e-mail)

karpenko_lf@nubip.edu.ua

Сторінка курсу в elearn

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

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Метою навчальної дисципліни є сформувати у студентів уявлення про процес маркетингових досліджень, сучасну методологію збору та аналізу необхідної маркетингової інформації.

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	Оцінювання
3 курс 6 семестр				
Модуль 1. Планування та організація маркетингових досліджень				
Тема 1. Система маркетингових досліджень	4/2	Розуміти систему маркетингових досліджень. Розрізняти види маркетингової інформації.	Розв'язок задач, кейсів. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn)	20
Тема 2. Структура і процес маркетингових досліджень	4/4	Знати процес маркетингових досліджень. Застосовувати методи збирання інформації.		25
Тема 3. Програмні продукти та їх використання в маркетингових дослідженнях	4/4	Знати та вміти використовувати програмні продукти в маркетингових дослідженнях.		25
Тест до модуля 1				30

Разом за змістовим модулем 1				100
Модуль 2. Особливості проведення маркетингових досліджень				
Тема 4. Дослідження кон'юнктури ринку	4/4	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)	10
Тема 5. Дослідження конкуренто-спроможності підприємства, конкурентного середовища та конкурентів	4/4	Знати підходи до визначення конкурентоспроможності підприємства. Вміти аналізувати конкурентне середовище.		20
Тема 6. Дослідження поведінки споживачів	4/4	Знати моделі поведінки споживачів. Розрізняти ситуаційні впливи на процес прийняття рішення про купівлю.		10
Тема 7. Маркетингові дослідження в мережі Інтернет	4/4	Знати види маркетингових досліджень в мережі Інтернет.		10
Тема 8. Підготовка та презентація підсумкового звіту про дослідження	2/4	Знати вимоги до звіту про результати маркетингових досліджень. Вміти формувати та презентувати звіт.	Написання звітів	20
Тест до модуля 2				30
Разом за змістовим модулем 2				100
Всього за навчальну роботу		$R_{HP} = \frac{0,7 \cdot (R_{3M1} + R_{3M2})}{2}$		70
Підсумкова атестація (екзамен)				30
Всього за курс				$R_{ДИС} = R_{HP} + R_{AT}$ 100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо дедлайнів та перекладання:	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання 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