

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра маркетингу

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
(фахова вибіркова навчальна дисципліна)

Маркетингові дослідження

Розробник

Калюжна Юлія, доцент кафедри маркетингу, к.е.н, доцент

Полтава 2022 р.

Форма опису навчальної дисципліни та інформація про розробника

Назва дисципліни	Маркетингові дослідження
Місце в індивідуальному навчальному плані здобувача вищої освіти	Фахова вибіркова навчальна дисципліна
Назва структурного підрозділу	Кафедра маркетингу
Контактні дані розробників, які залучені до викладання	<i>Викладач: Калюжна Юлія, к.е.н., доцент</i> <i>Контакти: ауд. 472 (навчальний корпус № 4)</i> e-mail: iuliia.kaliuzhna@pdaa.edu.ua тел.: 0506551222 сторінка викладача: https://www.pdaa.edu.ua/people/kalyuzhna-yuliya-petrivna
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Спеціальність Освітня програма	075 Маркетинг <i>ОПП Маркетинг</i>
Попередні умови для вивчення дисципліни	Навчальні дисципліни відповідного рівня вищої освіти чи навчальні предмети загальної середньої освіти, що передують вивченню навчальної дисципліни: «Інформаційні системи», «Корпоративні інформаційні системи»

Заплановані результати навчання:

Мета вивчення навчальної дисципліни: вивчення принципів організації маркетингових досліджень, проведення планування методів маркетингових досліджень, організації вибірки для проведення досліджень, вимірювання відношень споживачів за допомогою шкал, проведення аналізу результатів досліджень за допомогою засобів статистики та представлення звіту, вивчення особливостей дослідження сегментування, кон'юнктури, прогнозування і місткості ринку, конкуренції і конкурентоспроможності, поведінки споживачів; формування навичок проведення процесу маркетингового дослідження, а саме планування дослідження, практичне застосування окремих методів дослідження, засвоєння правил складання опитувальника, проведення аналізу даних.

Основні завдання навчальної дисципліни: засвоєння теоретичного матеріалу та набуття практичних навичок щодо проведення маркетингових досліджень товарів та послуг, вивчення сучасних методів збирання, обробки і аналізу статистичних даних, з метою подальшого їх використання не тільки для економічного аналізу діяльності окремого підприємства, для узагальнення результатів у масштабі галузей народного господарства, а й взагалі, для вивчення ринку для прийняття правильних і ефективних маркетингових рішень.

Компетентності:

Загальні:

ЗК 1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК 2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

Фахові:

ФК 5. Здатність оцінювати та враховувати економічні, соціальні, технологічні та екологічні фактори на всіх етапах життєвого циклу інфокомунікаційних систем.

ФК 13. Здатність проводити обчислювальні експерименти, порівнювати результати експериментальних даних і отриманих рішень.

Програмні результати навчання:

ПРН 13. Виявляти здатність до генерації нових ідей і варіантів розв'язання задач, до комбінування та експериментування, до оригінальності, конструктивності, економічності та простих рішень

Програма та структура навчальної дисципліни

Структура (тематичний план) навчальної дисципліни

Назви тем	Кількість годин			
	075МАР_бд_2020			
	усього	у т. ч.		
л		п	с.р.	
Тема 1. Система сучасних методів і процесів маркетингових досліджень	16	2	4	10
Тема 2. Маркетингова інформація. Методи збирання маркетингової інформації	16	2	4	10
Тема 3. Визначення місткості ринку та його сегментів. Дослідження кон'юнктури ринку	16	2	4	10
Тема 4. Дослідження конкурентного середовища і конкурентів	14	2	2	10
Тема 5. Дослідження поведінки споживача	14	2	2	10
Тема 6. Маркетингові дослідження внутрішнього середовища підприємства	16	2	4	10
Тема 7. Маркетингові дослідження брендів	14	2	2	10
Тема 8. Формування звіту з маркетингових досліджень	14	2	2	10
Разом	120	16	24	80

Форми контролю результатів навчання

Програмні результати навчання	Форма контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти				
	Виконання вправ на практичних заняттях	Розв'язування тестів	Виконання завдань самостійної роботи	Реферат	Разом
ПРН 13	32	24	40	4	100
Разом	32	24	40	4	100

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни

Назва теми	Форми контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти				Разом
	Виконання практичного завдання	Розв'язування тестів	Виконання завдань самостійної роботи	Реферат	
Тема 1. Система сучасних методів і процесів маркетингових досліджень	4	3	5		12
Тема 2. Маркетингова інформація. Методи збирання маркетингової інформації	4	3	5	2	14
Тема 3. Визначення місткості ринку та його сегментів. Дослідження кон'юнктури ринку	4	3	5		12
Тема 4. Дослідження конкурентного середовища і конкурентів	4	3	5		12
Тема 5. Дослідження поведінки споживача	4	3	5		12
Тема 6. Маркетингові дослідження внутрішнього середовища підприємства	4	3	5		12
Тема 7. Маркетингові дослідження брендів	4	3	5	2	14
Тема 8. Формування звіту з маркетингових досліджень	4	3	5		12
Разом	32	24	40	4	100

Трудомісткість:

Загальна кількість годин – 120 год.
Кількість кредитів – 4
Форма семестрового контролю – залік

Політика навчальної дисципліни

Відвідування занять є обов'язковим. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни здобувач вищої освіти отримує на занятті 0 балів та зобов'язаний відпрацювати таке заняття.

Письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями у межах встановлених норм.

У разі виявлення факту плагіату здобувач вищої освіти отримує за завдання 0 балів і повинен повторно виконати його. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (у т. ч. із використанням мобільних пристроїв).

Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування. Документи стосовно академічної доброчесності наведені на сторінці АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ ПДАУ: <https://www.pdaa.edu.ua/content/akademichna-dobrochesnist>.

Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни:

Відеоролики

Рекомендовані джерела інформації:

Основні

1. Косар Н., Мних О., Крикавський Є., Леонова С. Маркетингові дослідження. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2018. 460 с.
2. Полтораєк В., Тараненко І., Красовська О. Маркетингові дослідження: навч. посіб. 3-є видан. перероб. та доповн. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 342 с.
3. Філановський О. Головна маркетингова книга. Харків: Фабула, 2018. 304 с.
4. Дж. Траут, Ел Райс Маркетингові війни. Харків: Фабула, 2019. 204 с.
5. А. Світвуд Маркетингова аналітика. Київ: Наш формат, 2019. 152 с.
6. Замкова Н.Л., Поліщук І.І., Буга Н.Ю., Соколюк К.Ю. Поведінка споживача: навч. посіб. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. 200 с.
7. Мардар М. Р. Сучасні методи просування товарів. Лабораторний практикум. Навчальний посібник. Херсон: ФОП Грінь Д.С., 2018. 130 с.
8. Єрешко А. І., Сотніков Ю. М. Перспективи використання маркетингових онлайн-досліджень в інноваційному розвитку економіки регіону. Бізнес-навігатор, 2018, вип. 2-2. С. 63-66.

Додаткові

1. Балабанова Л, Холод В., Балабанова І. Маркетинг підприємства : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури. 2019. 612 с.
2. Калюжна Ю.П., Даниленко В.І., Боровик Т.В. Маркетингові дослідження у формуванні цінової та логістичної політики підприємства. Вісник Черкаського національного університету ім. Б. Хмельницького. Серія «Економічні науки». № 2. 2020. С. 83-91.
3. Калюжна Ю.П., Терещенко І.О., Боровик Т.В. Сутність та організаційно-правові аспекти маркетингової комунікації виробників органічної продукції в публічному просторі країни. Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку». 2021. Випуск 62. С.171-177
4. Котлер Ф. Основы маркетинга: краткий курс / Филип Котлер; пер. с англ. М. ; СПб. ; Киев : Диалектика, 2020. 496 с.
5. Окландер М. А. Маркетингова товарна політика: навч. посіб. / М. Л. Окландер, М. В. Кіриосова К.: «Центр учбової літератури», 2020. 248с.
6. Решетілова Т.Б., Довгань С.М. Маркетингові дослідження: підручник : [Електронний ресурс]. М-во освіти і науки України, Нац. гірн. ун-т. Дніпропетровськ : НГУ, 2015. 357 с.

Інформаційні ресурси мережі Інтернет

1. Інтернет-портал для управлінців. URL: [http:// www/management.com.ua](http://www.management.com.ua)
2. Онлайн-Бібліотека. URL:<http://www.twirpx.com/file/82805/>.
3. Онлайн-Бібліотека URL:<http://imanbooks.com/>
4. Офіційний сайт Національної бібліотеки України ім.В.І.Вернадського. URL: <http://www/nbu.gov.ua>
5. Державна служба статистики. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>