

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ



Навчально-науковий інститут економіки,  
управління, права та інформаційних технологій

КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
**Маркетингові дослідження**

Освітньо-професійна програма Підприємництво  
спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність  
галузь знань галузь знань 07 Управління та адміністрування  
освітній ступінь Бакалавр

Розробник:  
**Калюжна Юлія** –  
доцент, доцент кафедри маркетингу,  
к.е.н.



Полтава 2021 р.

## Форма опису навчальної дисципліни та інформація про розробника

<b>Назва дисципліни</b>	<b>навчальної</b>	<b>Маркетингові дослідження</b> вибіркова дисципліна професійної підготовки
<b>Назва підрозділу</b>	<b>структурного</b>	Кафедра маркетингу
<b>Контактні дані розробників, які залучені до викладання</b>		Викладач: <b>Калюжна Юлія</b> , к.е.н., доцент Контакти: ауд. 472, навчальний корпус №4 e-mail: iuliia.kaliuzhna@pdaa.edu.ua тел.: 0506551222 сторінка викладача: <a href="https://www.pdaa.edu.ua/people/kalyuzhna-yuliya-petrivna">https://www.pdaa.edu.ua/people/kalyuzhna-yuliya-petrivna</a>
<b>Рівень вищої освіти</b>		Перший (бакалаврський) рівень, другий (магістерський) рівень
<b>Спеціальність</b>		076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
<b>Попередні вивчення дисципліни</b>	<b>умови для навчальної</b>	Базові знання з підприємництва: За відповідним рівнем, дисципліни, що передують вивченню – маркетинг, економіка підприємства, організація та планування діяльності підприємства

### Заплановані результати навчання:

**Мета вивчення навчальної дисципліни:** надання знань щодо системи, методів та алгоритмів аналізу внутрішнього і зовнішнього бізнес-середовища підприємств, шляхів і резервів їх маркетингового розвитку; 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.

<b>Компетентності:</b>		<b>Програмні результати навчання:</b>
<b>загальні:</b>	<b>фахові:</b>	
Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел	Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур Здатність здійснювати діяльність у взаємодії суб'єктів ринкових відносин	Вміти працювати в команді, мати навички міжособистісної взаємодії, які дозволяють досягати професійних цілей Знати та вміти формувати асортимент товарів для здійснення підприємницької діяльності, здійснювати класифікацію товарів

### **Програма навчальної дисципліни:**

Тема 1. Система сучасних методів маркетингових досліджень

Тема 2. Структура і процес маркетингових досліджень

Тема 3. Маркетингова інформація

Тема 4. Визначення місткості ринку та його сегментів. Дослідження кон'юнктури ринку

Тема 5. Дослідження конкурентного середовища і конкурентів

Тема 6. Дослідження поведінки споживача

Тема 7. Маркетингові дослідження внутрішнього середовища підприємства

Тема 8. Маркетингові дослідження брендів

### **Політика оцінювання**

1. Академічна доброчесність: Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавської державної аграрної академії. Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

2. Система оцінювання:

#### **Схема нарахування балів з навчальної дисципліни**

Назви змістовних модулів та тем	Види навчальної роботи студентів				Разом по темі
	Виконання практичного завдання	Розв'язання тестів	Написання рефератів	Опитування	
<b>Тема 1.</b> Система сучасних методів маркетингових досліджень	5	3	-	3	11
<b>Тема 2.</b> Структура і процес маркетингових досліджень	5	3	-	3	11
<b>Тема 3.</b> Маркетингова інформація	5	3	-	3	11
<b>Тема 4.</b> Визначення місткості ринку та його сегментів. Дослідження кон'юнктури ринку	5	3	-	3	11
<b>Тема 5.</b> Дослідження конкурентного середовища і конкурентів	5	3	-	3	11
<b>Тема 6.</b> Дослідження поведінки споживача	5	3	-	3	11
<b>Тема 7.</b> Маркетингові дослідження внутрішнього середовища підприємства	5	3	-	3	11
<b>Тема 8.</b> Маркетингові дослідження брендів	5	3	12	3	23
<b>Разом</b>	<b>40</b>	<b>24</b>	<b>12</b>	<b>24</b>	<b>100</b>

### **Трудовіткість:**

Загальна кількість годин – 120 год.

Кількість кредитів – 4

Форма семестрового контролю – залік

### **Література та джерела інформації**

#### **Основні**

1. Безугла Л.С., Ільченко Т.В., Юрченко Н.І. Маркетингові дослідження : Навч. посібник. Дніпро: Видавець Біла К.О. 2019. 300 с.
2. Косар Н.С., Мних О.Б., Крикавський Є.В., Леонова С.В. Маркетингові дослідження : Підручник. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2018. 460 с.
3. Косенко О.П. Маркетингова діяльність підприємств: Навчальний посібник. Харків: НТУ «ХПІ», 2018. 1000с.
4. Анненков Р.А. Етапи та методи маркетингових досліджень конкурентного середовища. *Ефективна економіка*. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3019>
5. Окландер М. А, Окландер Т. О., Яшкіна О.І. Тенденції маркетингових досліджень: онлайн панелі та онлайн спільноти. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2018. № 1. С. 118-129. URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>

#### **Допоміжні**

6. Струтинська І. В. Бренд-менеджмент: теорія і практика. Тернопіль: Принт-офіс, 2015. URL: [http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/7116/6/Navchalno\\_metodychnyj\\_pidruchnyk.pdf](http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/7116/6/Navchalno_metodychnyj_pidruchnyk.pdf)
7. Домнин В.Н. Брендінг: учебник и практикум для бакалаврата и магистратуры. Москва: Издательство Юрайт, 2018. URL:<https://biblio-online.ru/viewer/9E6F7ED1-7DC9-4430-93FD-752932089C37/brending#page/1>
8. Иванов А.А. Брендінг: учеб. пособие Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «КНАГТУ», 2013 URL: [https://knastu.ru/media/files/posobiya\\_files/\\_8WbxcC.pdf](https://knastu.ru/media/files/posobiya_files/_8WbxcC.pdf)
9. Штовба О.В. Товарний брендінг в маркетинзі та комунікативному менеджменті: навчальний посібник Вінниця: ВНТУ, 2014. URL: [https://www.researchgate.net/publication/280873566\\_Tovarnij\\_brending\\_v\\_marketinzi\\_ta\\_komunikativnomu\\_menedzmenti?enrichId=rgreq-11cdf664098b1d25ac6f14150559f5b-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzI4MDg3MzU2NjtBUzoyNjExNTM0OTg1OTUzMjhAMTQzOTI3NTI1NDc4NA%3D%3D&el=1\\_x\\_2&\\_esc=publicationCoverPdf](https://www.researchgate.net/publication/280873566_Tovarnij_brending_v_marketinzi_ta_komunikativnomu_menedzmenti?enrichId=rgreq-11cdf664098b1d25ac6f14150559f5b-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzI4MDg3MzU2NjtBUzoyNjExNTM0OTg1OTUzMjhAMTQzOTI3NTI1NDc4NA%3D%3D&el=1_x_2&_esc=publicationCoverPdf)
10. Пономарьова Є.А. Бренд-менеджмент URL: <https://stud.com.ua/154412/marketing/brend-menedzhment>.
11. Інфографіка: 20 нових брендів, які вийшли на український ринок в 2018 році. URL: <https://rau.ua/novyni/grafika-20-novyh-brendov-2018/>