

## Маркетингові дослідження

### 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 4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 8. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

*Спеціальні (фахові) компетентності:*

СК 10. Здатність використовувати сучасні джерела економічної, соціальної, управлінської, облікової інформації для складання службових документів та аналітичних звітів.

СК 12. Здатність самостійно виявляти проблеми економічного характеру при аналізі конкретних ситуацій, пропонувати способи їх вирішення.

СК 16. Уміння розробляти елементи продуктової, цінової, збутової, кредитної, інвестиційної та зовнішньоекономічної політики суб'єктів господарювання.

### **Програмні результати навчання:**

ПРН 13. Ідентифікувати джерела та розуміти методологію визначення і методи отримання соціально-економічних даних, збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та соціальні показники.

ПРН 19. Використовувати інформаційні та комунікаційні технології для вирішення соціально-економічних завдань, підготовки та представлення аналітичних звітів.

### Програма навчальної дисципліни:

Тема 1. Система сучасних методів маркетингових досліджень

Тема 2. Структура і процес маркетингових досліджень

Тема 3. Маркетингова інформація

Тема 4. Методи збирання маркетингової інформації

Тема 5. Визначення місткості ринку та його сегментів. Дослідження кон'юнктури ринку

Тема 6. Дослідження конкурентного середовища і конкурентів

Тема 7. Дослідження поведінки споживача

Тема 8. Маркетингові дослідження внутрішнього середовища підприємства

Тема 9. Маркетингові дослідження брендів

Тема 10. Формування звіту з маркетингових досліджень

**Трудовіткість:**

Загальна кількість годин 150 год.

Кількість кредитів 5

Форма семестрового контролю іспит