

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІАКИ  
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Навчально-науковий інститут денної освіти  
Кафедра маркетингу

## СИЛАБУС

навчальної дисципліни  
«Маркетингові дослідження»  
на 2021-2022 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	2 курс, 4 семестр
Освітня програма/спеціалізація	«Маркетинг»
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Ступінь вищої освіти	Молодший бакалавр

ПІБ НПП, які ведуть дану дисципліну,  
науковий ступінь і вчене звання,  
посада

**Карпенко Наталія Володимирівна**  
д.е.н., професор  
професор кафедри маркетингу

Контактний телефон	+38-050-614-74-57
Електронна адреса	knataliya54@gmail.com
Розклад навчальних занять	<a href="http://schedule.puet.edu.ua/">http://schedule.puet.edu.ua/</a>
Консультації	очна <a href="http://www.marketing.puet.edu.ua/">http://www.marketing.puet.edu.ua/</a> он-лайн: електронною поштою, у месенджерах
Сторінка дистанційного курсу	<a href="https://el.puet.edu.ua/">https://el.puet.edu.ua/</a>

### Опис навчальної дисципліни

<b>Мета вивчення навчальної дисципліни</b>	Дисципліна спрямована на формування можливостей використання маркетингових досліджень у маркетинговій діяльності підприємства для підвищення його конкурентоспроможності; особливостей проведення різних видів маркетингових досліджень залежно від їх цілей і напрямів; дати студентам уявлення про комплекс спеціальних методів і технологій, що використовуються при проведенні маркетингових досліджень; навчити використовувати результати маркетингових досліджень для підвищення ефективності прийняття управлінських рішень.
<b>Тривалість</b>	5 кредитів, 150 год. (лекції 20 год., практичні 40 год., самостійна робота 90 год.)
<b>Форми та методи навчання</b>	Лекції та практичні заняття в аудиторії та виїзні, самостійна робота поза розкладом Інструктування, сторітелінг, інфографіка, творчі роботи, узагальнення і систематизації знань, частково-пошукові, генерації ідей, симуляційні, дискусійні, проблемно-рольові
<b>Система поточного та підсумкового контролю</b>	Поточний контроль: відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання проектних завдань; тестування; поточна модульна робота Підсумковий контроль: екзамен
<b>Базові знання</b>	Наявність базових знань з маркетингу, інфраструктури товарного ринку..
<b>Мова викладання</b>	Українська

### Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
ПР01. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПР02. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.	ЗК03. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК04. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК07. Здатність застосовувати знання на відповідному практичному рівні. ЗК08. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК09. Навички використання інформаційних і

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
<p>ПР03. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>ПР04. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>ПР05. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>ПР06. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингової інструментарію.</p> <p>ПР07. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>ПР08. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>ПР09. Діяти соціально відповідально та громадську свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості</p> <p>ПР10. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки</p> <p>ПР11. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>ПР12. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p>	<p>комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> <p>СК01. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК02. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК04. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК05. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК06. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК08. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень.</p> <p>СК09. Здатність аналізувати та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК10. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК11. Здатність пропонувати шляхи вдосконалення функціональних завдань у сфері маркетингу.</p>

### Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
<b>Модуль 1: Інструментарій маркетингових досліджень</b>		
Тема 1. Система маркетингових досліджень	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Моніторинг та підбір основних нормативно-правових актів, які регламентують процес проведення маркетингових досліджень в Україні та світі.
Тема 2. Маркетингова інформація	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Складання та підбір інформаційних джерел для отримання результатів маркетингових досліджень
Тема 3. Організація роботи з постачальниками маркетингової інформації	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Формування плану збирання інформації; робота із джерелами маркетингової інформації
Тема 4. Структура та процес маркетингових досліджень	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Складання плану маркетингового дослідження
Тема 5. Методи збирання первинної інформації	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти; поточна	Розробка анкети, організація та проведення анкетного опитування; складання плану методу опитування фокус-група, проведення фокус-групи; організація групового інтерв'ю

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
	модульна робота	
	Модуль 2: Маркетингові дослідження ринку та його учасників	
Тема 6. Визначення місткості ринку та його сегментів	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Збір статистичної інформації для розрахунку місткості ринку; розрахунок місткості ринку різними методами
Тема 7. Дослідження кон'юнктури ринку	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	За визначеними методика провести ґрунтовне дослідження основних кон'юнктурутворювальних факторів.
Тема 8. Прогнозні дослідження збуту	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Використовуючи методи досліджень, дослідити прогнозні значення збуту ринків різних товарів
Тема 9. Дослідження конкурентного середовища та конкурентів	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування; творчі проекти	За використанням методу бенчмаркінгу провести порівняльний аналіз конкурентів.
Тема 10. Дослідження поведінки споживачів	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти; поточна модульна робота	Проаналізувати характеристики споживачів товарів на вибір та визначити основні фактори впливу на їх поведінку.

#### Інформаційні джерела

- Жегус О. В. Маркетингові дослідження ринку : монографія / О. В. Жегус, Л. О. Попова, Т. М. Парцирна; Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі. - Х., 2010. - 176 с.
- Зюкова І. О. // Технології маркетингових досліджень [Текст]: навчальний посібник / І. О. Зюкова. – Львів: Магнолія-2006, 2019. – 340 с.
- Косар Н. С. Маркетингові дослідження: Підручник / Н. С. Косар, О. Б. Мних, Є. В. Крикавський, С. В. Леонова. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2018. 460 с.
- Ламбен Ж-Ж. Менеджмент, ориєнтований на ринок : учебник / Ж-Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг ; пер. с англ. под ред. В. Б. Колчанова. – 2-е изд. – Санкт-Петербург : Питер, 2014. – 718 с
- Мальська, М. П. Маркетингові дослідження [Текст] / М. П. Мальська // Основи маркетингу у туризмі [Текст] : підручник / М. П. Мальська, Н. Л. Мандюк. – Київ : Центр учб. л-ри, 2016. – С. 53–100.
- Маркетингова аналітика. Як підкріпити інтуїцію даними / Адель Світвуд ; пер. з англ. Олександра Асташова. - Київ : Наш формат, 2019. - 150, [2] с.
- Маркетингові дослідження: навч. посіб. / Л. С. Безугла [та ін.] ; Дніпров. держ. аграр.-екон. ун-т. - Дніпро : Біла К. О. [вид.], 2019. - 299 с.
- Маркетингові дослідження: підручник / Н. С. Косар [та ін.] ; Нац. ун-т "Львів. політехніка". - Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2018. - 457 с.
- Маркетингові дослідження: підручник : [Електронний ресурс] / Т.Б. Решетілова, С.М. Довгань ; М-во освіти і науки України, Нац. гірн. ун-т. – Електрон. текст. дані. – Дніпропетровськ : НГУ, 2015. – 357 с.
- Ортинська, В. В. Маркетингові дослідження [Текст] : підручник / В. В. Ортинська, О. М. Мельникович. – 2-ге вид., допов. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 436 с. + Електрон. зміст. – Режим доступу: локальна мережа ПУЕТ:
- Полтораєк, В.А. Маркетингові дослідження [Текст] : навч. посібник / В.А. Полтораєк, І. В. Тараненко, О. Ю. Красовська. – 3-ге вид., переробл. та доповн. – Київ : Центр учб. л-ри, 2014. – 342 с.
- Сучасний маркетинг: аналіз та перспективи розвитку : наук. вид. / П. А. Орлов, Н. М. Лисиця, Г. О. Холодний та ін. – Харків : Вид. ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. – 212 с.

#### Програмне забезпечення навчальної дисципліни

- Пакет програмних продуктів Microsoft Office.

### Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання

- Політика щодо термінів виконання та перескладання: завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75 % від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). Перескладання модулів відбувається із дозволу провідного викладача за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- Політика щодо академічної доброчесності: списування під час виконання поточних модульних робіт та тестування заборонено (в т. ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття.
- Політика щодо відвідування: відвідування занять є обов'язковим компонентом. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі (Moodle) за погодженням із провідним викладачем.
- Політика зарахування результатів неформальної освіти: <http://puet.edu.ua/uk/publiczna-informaciya>

### Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-5): відвідування занять (8 балів); захист домашнього завдання (8 балів); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (8 балів); завдання самостійної роботи (8 балів); тестування (4 бали); поточна модульна робота (10 балів)	30
Модуль 2 (теми 6-10): відвідування занять (8 балів); захист домашнього завдання (8 балів); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (8 балів); завдання самостійної роботи (8 балів); тестування (4 бали); поточна модульна робота (10 балів)	30
Екзамен	40
Разом	100

### Шкала оцінювання здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	Відмінно
82-89	B	Дуже добре
74-81	C	Добре
64-73	D	Задовільно
60-63	E	Задовільно достатньо
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни