



ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСНА РАДА
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА
ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ЕКОНОМІКИ

Кафедра менеджменту, фінансів, банківської справи та страхування

СИЛАБУС

з навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження»

Освітньо-професійна програма «Бакалавр менеджменту»

Спеціальність 073 Менеджмент

галузі знань 07 Управління та адміністрування

(<http://www.univer.km.ua/faculty.php?dekid=2>)

Назва навчальної дисципліни	Маркетингові дослідження
Викладач	Лекції, семінарські заняття, консультації: Корюгін Андрій Валерійович (http://www.univer.km.ua/kafedra.php?kafid=16&w=sklad), доцент кафедри менеджменту, фінансів, банківської справи та страхування, кандидат економічних наук, доцент.
Контактна інформація та науковий профіль викладача	Корюгін Андрій Валерійович: Електронна адреса: a_korugin@univer.km.ua Профіль у соціальних мережах: https://www.facebook.com/Андрей Корюгін ORCID: https://orcid.org/0000-0003-3408-1905 GoogleScholar: https://scholar.google.com/citations?user=d_SNOsoAAAAJ
Інформаційні ресурси	Код для приєднання в Google клас «Маркетингові дослідження»: qbvxrhv. Електронна бібліотека: http://elibrary.univer.km.ua/index.php
Консультації	Офлайн консультації: навчальний корпус №1, вул. Героїв Майдану, 8, ауд. 408 Корюгін Андрій Валерійович: п'ятниця з 14.00 до 15.20; Онлайн консультації: за попередньою домовленістю електронною поштою та Viber у робочі дні з 9.00 до 17.00 Консультації до екзамену: напередодні екзамену згідно із затвердженим розкладом.

Опис навчальної дисципліни

Цілі та особливості навчальної дисципліни	Дисципліна «Маркетингові дослідження» дозволяє студентам сформувати сучасне маркетингове мислення, забезпечити оволодіння ними знаннями та методами проведення маркетингових досліджень. Ця дисципліна у теоретичному плані покликана сформувати формування знань про зміст і напрями маркетингових досліджень, а у прикладному – сформувати навички у сфері організації, підготовки і проведення маркетингових досліджень, розробки маркетингових прогнозів.
---	---

<p>Програмні компетентності, які здобуваються під час вивчення навчальної дисципліни</p>	<p>Загальні компетентності: ЗК 4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 8. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК 9. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК 10. Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК 12. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК 14. Здатність працювати у міжнародному контексті.</p> <p>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності: СК 1. Здатність визначати та описувати властивості і характеристики бізнес-середовища та бізнес-структур. СК 2. Здатність аналізувати результати діяльності бізнес-структур, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища. СК 9. Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань. СК 10. Здатність оцінювати виконувані роботи, забезпечувати їх якість та мотивувати персонал організації СК 12 Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані управлінські рішення.</p>			
<p>Програмні результати навчання</p>	<p>ПР 4. Демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень. ПР 6. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень. ПР 17. Виконувати дослідження індивідуально та/або в групі під керівництвом лідера.</p>			
<p>Місце дисципліни в логічній схемі (Передреквізити і постреквізити навчальної дисципліни)</p>	<p>Курс навчання – четвертий, семестр – другий. Тип дисципліни - вибіркова. Дисципліна вивчається після таких навчальних дисциплін: ЗПО 8 Соціологія, ППО 15 Маркетинг Знання цієї навчальної дисципліни слугуватимуть базою для подальшого вивчення дисциплін: не передбачено</p>			
<p>Обсяг навчальної дисципліни</p>	<p>4,0 кредитів ЄКТС / 120 годин, у тому числі, самостійної роботи - 66 годин, лекційних – 18 годин, семінарських – 36 годин.</p>			
<p>Форма навчання</p>	<p>денна</p>			
<p>Мова викладання</p>	<p>українська</p>			
<p>Формат вивчення навчальної дисципліни</p>	<p>Лекції (проблемні, контактні, інтерактивні), семінарські, практичні, лабораторні заняття із розв'язанням ситуаційних завдань, проблемних ситуацій та використанням кейс-методів, ділових ігор, тренінгів, виконання самостійних (в т.ч. індивідуальних) робіт, залік. Для осіб із особливими освітніми потребами, у разі необхідності, розробляється індивідуальний формат вивчення навчальної дисципліни.</p>			
<p>Необхідне обладнання</p>	<p>Мультимедійний проектор, комп'ютер, фліпчарт, комп'ютерний клас.</p>			
<p>Зміст навчальної дисципліни та організація поточного та підсумкового</p>	<p>Години (лек. / сем. / СРС)</p>	<p>Тема</p>	<p>Методи навчання та форми поточного контролю</p>	<p>Максимальна кількість балів</p>
	<p>2/2/4</p>	<p>Суть, організаційні</p>	<p>Тести, презентації, дискусійні питання,</p>	<p>Лекція – 1,1 Семінарське</p>

контролю		основи та типи маркетингових досліджень	індивідуальні завдання.	заняття – 5 СРС – 2,0
	2/4/4	Види маркетингової інформації	Тести, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 1,1 Семінарське заняття – 5 СРС – 1,0
	2/4/5	Опитування як метод маркетингових досліджень.	Тести, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 1,1 Семінарське заняття – 5 СРС – 1,0
	2/4/5	Методологічні основи підготовки і проведення фокус-груп. Організаційні аспекти фокус-груп	Тести, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 1,1 Семінарське заняття – 5 СРС – 1,0
	2/4/5	Спеціальні маркетингові дослідні методики	Тести, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 1,1 Семінарське заняття – 5 СРС – 1,0
	2/4/4	Вибіркове спостереження	Тести, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 1,1 Семінарське заняття – 5 СРС – 1,0
	2/4/5	Експеримент: методологічні основи проведення і особливості організації	Тести, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 0 Семінарське заняття – 5 СРС – 1,0
	2/2/5	Методологічні основи проведення експертних опитувань	Тести, задачі, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 1,1 Семінарське заняття – 5 СРС – 1,0
	0/4/8	Основні напрями маркетингових досліджень	Тести, задачі, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 0 Семінарське заняття – 5 СРС – 2,0
	2/2/4	Звіт та презентація результатів маркетингових досліджень	Тести, задачі, презентації, дискусійні питання, індивідуальні завдання.	Лекція – 1,1 Семінарське заняття – 5 СРС – 1,0
<p>Методи навчання та форми поточного контролю, порядок накопичення балів визначені у робочій програмі та навчально-методичних матеріалах навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження» (розміщені у Google класі «Маркетингові дослідження» (код приєднання: qbvxrhv) та в електронній бібліотеці університету (http://elibrary.univer.km.ua/index.php))</p> <p>Питання для підсумкового контролю наведені у навчально-методичних</p>				

	<p>матеріалах дисципліни «Маркетингові дослідження» (у Google класі «Маркетингові дослідження» (код приєднання: qbvxrhv) та в електронній бібліотеці університету (http://elibrary.univer.km.ua/index.php) Залік письмовий. Структура залікового білету включає 2 теоретичних питання, 10 тестових завдань</p>
<p>Рекомендовані джерела для вивчення навчальної дисципліни</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Войчак А.В., Федорченко А.В. Маркетингові дослідження: Підручник. За наук. ред. А.В.Войчака. К.: КНЕУ, 2007. 408 с. 2. Жегус О. В., Панцирна Т.М. Маркетингові дослідження: навчальний посібник. ФОП Іванченко І.С. Х., 2016. 237 с. 3. Ілляшенко С. М., Баскакова М. Ю. Маркетингові дослідження: Навч. посіб. За ред. д-ра екон. наук, проф. С. М. Ілляшенка. К.: Центр навчальної літератури, 2006.192 с. 4. Квятко Т.М., Мандич О.В., Сєвідова І.О., Бабко Н.М., Романюк І.А., Вітковський Ю.П., Микитась А.В. Маркетингові дослідження: навч. посібник. Харків: ХНТУСГ, 2020. 163 с. 5. Маркетинг: навч. посіб. / [Дорошенко Г. О. та ін.] ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Г. О. Дорошенко. Харків: Тім Пабліш Груп, 2016. - 411 с. 6. Маркетингові дослідження: навч. посіб. / Безугла Л.С., М 25 Ільченко Т.В., Юрченко Н.І. та ін.. – Дніпр о: Видавець Біла К.О., 2019. 300 с 7. Ортинська В. В., Мельникович О. М. Маркетингові дослідження : підручник. Київ. нац. торг.-екон. ун-т. 2-ге вид., допов. Київ : КНТЕУ. 2015. 435 с. 8. Полторак В.А. Маркетингові дослідження: Навчальний посібник / В.А. Полторак, І.В. Тараненко, О.Ю. Красовська. – К.: Центр навчальної літератури. 2014. 417 с. 9. Решетілова Т.Б., Довгань С.М. Маркетингові дослідження: підручник: М-во освіти і науки України, Нац. гірн. ун-т. –Дніпропетровськ : НГУ, 2015. 357 с.
<p>Політика щодо дедайтів та здобуття балів за пропущені заняття</p>	<p>Перескладання лекцій та семінарських занять відбувається у порядку, визначеному Положенням про організацію освітнього процесу у ХУУП імені Леоніда Юзькова, затверджене рішенням вченої ради від 05.07.2016 р., протокол №16, введене в дію наказом від 08.07.2016 р. № 359 / 16 (в редакції рішення вченої ради від 28.08.2020 р., протокол №1, введене в дію наказом від 28.08.2020 р. № 312/20) (http://www.univer.km.ua/page/Polozhennya_pro_organizatsiyu_osvitnogo_protseesu_2020.pdf).</p> <p>Перескладання лекції: в усній формі</p> <p>Перескладання семінарських занять: виконання тестових завдань, розміщених за кожною темою у Google класі «Маркетингові дослідження» (код приєднання: qbvxrhv).</p>
<p>Критерії оцінювання</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Положення про організацію освітнього процесу у ХУУП імені Леоніда Юзькова, затверджене рішенням вченої ради від 05.07.2016 р., протокол №16, введене в дію наказом від 08.07.2016 р. № 359 / 16 (в редакції рішення вченої ради від 28.08.2020 р., протокол №1, введене в дію наказом від 28.08.2020 р. № 312/20) (http://www.univer.km.ua/page/Polozhennya_pro_organizatsiyu_osvitnogo_protseesu_2020.pdf). 2. Положення про систему рейтингового оцінювання результатів освітньої діяльності здобувачів вищої освіти у Хмельницькому університеті управління та права наказом від 19.02.2019 р. №74/19 (http://www.univer.km.ua/page/Polozhennya_ratings.pdf).


Порядок отримання додаткових балів	Студент може отримати додаткові бали за участь у: конкурсі, науково-практичній конференції, тренінгу, турнірі, брейн-рингу тощо, за публікацію наукової статті за тематикою, пов'язаною з навчальною дисципліною, за участь у роботі студентського наукового гуртка «Управління підприємницькою діяльністю в регіоні».
Політика академічної доброчесності	Розділ «Академічна доброчесність» на сайті Університету http://univer.km.ua/page.php?pid=188
Політика врегулювання конфліктів	Етичний кодекс Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова, затверджений рішенням вченої ради університету 27 травня 2020 року, протокол № 9, введений в дію наказом від 27.05.2020 р. № 201/20 (http://univer.km.ua/doc/Etichniy_kodeks.pdf)
Зворотній зв'язок	1) Під час аудиторних занять, консультацій. 2) За допомогою анкетування після завершення вивчення навчальної дисципліни, регулярних анкетувань студентів, що проводяться в університеті.

Викладач дисципліни – доцент кафедри менеджменту, фінансів, банківської справи та страхування, кандидат економічних наук, доцент

 А. В. Корюгін

28 вересня 2020 року

Схвалено кафедрою менеджменту, фінансів, банківської справи та страхування,
29 вересня 2020 року, протокол № 2.

Завідувач кафедри  В. П. Синчак

29 вересня 2020 року

Обліковий обсяг 0,33 ум.др.арк.