

СИЛАБУС
з навчальної дисципліни
«Маркетингові дослідження»

№	Назва поля	Детальний контент, коментарі
1	Назва факультету	Інформаційно-аналітичних технологій та менеджменту
2	Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
3	Код і назва спеціальності	051 Економіка
4	Тип і назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Економічна кібернетика»
5	Назва дисципліни	Маркетингові дослідження
6	Кількість ЄКТС кредитів	4
7	Структура дисципліни (розподіл за видами та годинами навчання)	Лекцій – 22 години, практичні заняття – 18 годин, самостійна робота – 72 години, консультації – 8 годин. Семестровий контроль – залік
8	Графік вивчення дисципліни	Курс – 1, семестр – 2
9	Передумови для вивчення дисципліни	Передумовою вивчення дисципліни є раніше здобуті компетентності та результати навчання, що перевіряються під час єдиного фахового вступного випробування зі спеціальності на основі Програми предметного тесту з економіки та міжнародної економіки єдиного фахового вступного випробування для вступу на навчання для здобуття ступеня магістра, затвердженого Наказом Міністерства освіти і науки України від 11.02.2022 № 153 «Про затвердження Програми предметного тесту з економіки та міжнародної економіки єдиного фахового вступного випробування». Загальна структура предметного тесту передбачає три основних розділи: Мікроекономіка, Макроекономіка, Економіка підприємства, Система міжнародних економічних відносин

10	Анотація дисципліни	Змістовий модуль І. Структура та процес маркетингових досліджень Тема 1. Сутність, зміст, завдання, види та напрямки маркетингових досліджень. Тема 2. Організація проведення маркетингових досліджень. Тема 3. План проведення маркетингових досліджень. Тема 4. Методи збору даних. Тема 5. Методи проведення маркетингових досліджень. Змістовий модуль ІІ. Прикладні питання маркетингових досліджень Тема 6. Дослідження кон'юнктури ринку. Тема 7. Дослідження конкурентного середовища. Тема 8. Дослідження ринкового попиту. Тема 9. Галузеві дослідження. Тема 10. Дослідження внутрішнього середовища. Тема 11. Маркетингове дослідження брендів
----	------------------------	--

11	Компетентності, знання, вміння, розуміння, якими оволодіє здобувач вищої освіти в процесі навчання	Загальні компетентності: ЗК1. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК3. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети. ЗК4. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК5. Здатність працювати в команді. ЗК7. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів). ЗК8. Здатність проводити дослідження на відповідному рівні. Спеціальні (фахові, предметні) компетентності: СК1. Здатність застосовувати науковий, аналітичний, методичний інструментарій для обґрунтування стратегії розвитку економічних суб'єктів та пов'язаних з цим управлінських рішень. СК3. Здатність збирати, аналізувати та обробляти статистичні дані, науково-аналітичні матеріали, які необхідні для розв'язання комплексних економічних проблем, робити на їх основі обґрунтовані висновки. СК4. Здатність використовувати сучасні інформаційні технології, методи та прийоми дослідження економічних та соціальних процесів, адекватні встановленим потребам дослідження. СК5. Здатність визначати ключові тренди соціально-економічного та людського розвитку
12	Результати навчання здобувача вищої освіти	Програмні результати навчання: РН1. Формулювати, аналізувати та синтезувати рішення науково-практичних проблем. РН2. Розробляти, обґрунтовувати і приймати ефективні рішення з питань розвитку соціально-економічних систем та управління суб'єктами економічної діяльності. РН3. Вільно спілкуватися з професійних та наукових питань державною та іноземною мовами усно і письмово. РН4. Розробляти соціально-економічні проекти та систему комплексних дій щодо їх реалізації з урахуванням їх цілей, очікуваних соціально-економічних наслідків, ризиків, законодавчих, ресурсних та інших обмежень. РН5. Дотримуватися принципів академічної доброчесності. РН6. Оцінювати результати власної роботи, демонструвати лідерські навички та уміння управляти персоналом і працювати в команді. РН7. Обирати ефективні методи управління економічною діяльністю, обґрунтовувати пропонувані рішення на основі релевантних даних та наукових і прикладних досліджень. РН8. Збирати, обробляти та аналізувати статистичні дані, науково-аналітичні матеріали, необхідні для вирішення комплексних економічних завдань. РН9. Приймати ефективні рішення за невизначених умов і вимог, що потребують застосування нових підходів, методів та інструментарію соціально-економічних досліджень.

		РН10. Застосовувати сучасні інформаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення у соціально-економічних дослідженнях та в управлінні соціально-економічними системами. РН11. Визначати та критично оцінювати стан та тенденції соціально-економічного розвитку, формувати та аналізувати моделі економічних систем та процесів. РН12. Обґрунтовувати управлінські рішення щодо ефективного розвитку суб'єктів господарювання, враховуючи цілі, ресурси, обмеження та ризики. РН13. Оцінювати можливі ризики, соціально-економічні наслідки управлінських рішень. РН14. Розробляти сценарії і стратегії розвитку соціально-економічних систем. РН15. Організовувати розробку та реалізацію соціально-економічних проєктів із врахуванням інформаційного, методичного, матеріального, фінансового та кадрового забезпечення
13	Система оцінювання відповідно до кожного завдання для складання заліку	Підсумковий модульний контроль з дисципліни передбачає залік. Умовою допущення до складання заліку є виконання здобувачем до початку екзаменаційної сесії всіх форм і видів завдань, передбачених робочою програмою дисципліни. Оцінка з дисципліни складається з суми балів, набраних здобувачем протягом семестру від 0 до 100 балів Оцінювання навчальних досягнень здобувачів здійснюється за національною шкалою (зараховано, незараховано); 100-бальною шкалою та шкалою ЄКТС (A, B, C, D, E, FX, F)
14	Якість освітнього процесу	Політика академічної доброчесності серед здобувачів у ХНУРЕ передбачає консультування щодо вимог з написання письмових робіт із наголошенням на принципах самостійності, коректного використання інформації з інших джерел та уникання плагіату, а також правил опису джерел та оформлення цитувань. Оновлення контенту дисципліни відбувається наприкінці попереднього семестру за ініціативою провідного лектора з урахуванням наукових інтересів здобувачів вищої освіти. Щорічно перегляд та оновлення змісту освітнього компоненту здійснюється з урахуванням результатів анкетування стейкхолдерів, обговорюється на засіданнях кафедри та схвалюється гарантом освітньо-професійної програми. Провідний лектор визначає, які сучасні практики та наукові досягнення слід використовувати в освітньому процесі

15	Методичне забезпечення	1. Маркетинг промислового підприємства : навч. посіб. /Яковлев А. І., Ларка М. І., Сударкіна С. П. та ін./ за ред. проф. А. І Яковлева, проф. М. І. Ларки. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2019. 496 с. 2. Маркетинг: навч. посіб. за ред. проф. Буряка Р. І. К. : ЦП «Компринт», 2019. 765 с. 3. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент. 15-е изд. Издательский дом «Питер», 2018. 848 с. 4. Маркетингова діяльність підприємств : навч. посіб. за заг. ред. Косенко О. П. Харків : НТУ «ХПІ», 2018. 1000с. 5. Маркетингові дослідження навч. посіб./ Безугла Л. С., Ільченко Т. В., Юрченко Н. І. та ін. Дніпро: Видавець Біла К. О., 2019. 300с. 6. Навчальний посібник для дистанційного навчання. URL: http://rep.btsau.edu.ua/bitstream/BNAU. 7. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика: учеб. М. : Финпресс, 2008. 496 с. 8. Малхорта, Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство, 3-е издание.: Пер. с англ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2002. 960 с 9. Sokolova, L., Veriasova, G., Ivanova, V., Kurdenko, O., Ponomarev, S. Methodological providing of innovative marketing research technology. (Методологічне забезпечення інноваційних технологій маркетингових досліджень). <i>Estudios de Economía Aplicada</i>. 2021. VOL 38(4). DOI: http://dx.doi.org/10.25115/eea.v38i3%20(1).3990 10. Соколова Л. В., Верясова Г. М. Тенденції та перспективи розвитку ринку маркетингових досліджень в Україні. <i>Міжнародна науково-практична конференція «Математичне моделювання процесів в економіці та управлінні проектами і програмами (ММП-2021)»</i>, Коблево, 13-17 вересня 2021 р. Збірник праць. Харків: ХНУРЕ, 2021. С. 128-132; http://openarchive.nure.ua/handle/document/6965. 11. Соколова Л. В., Верясов Г. М. Внутрішньофірмові дослідження – важлива складова забезпечення ефективності маркетингової діяльності промислового підприємства. Економічні та безпекові виклики сучасного бізнес-середовища: колективна монографія / За заг. ред. д.е.н., проф. Т. В. Полозової. Харків: ХНУРЕ, 2020. С.301-314. DOI: 10.30837/978-966-659-289-0. ISBN 978-966-659-289-0. 12. Соколова Л. В., Зінченко М. Е. Споживчі переваги як об'єкт нейромаркетингових досліджень. Економічні та безпекові виклики сучасного бізнес-середовища: колективна монографія / За заг. ред. д.е.н., проф. Т. В. Полозової. Харків: ХНУРЕ, 2020. С. 315-325. DOI: 10.30837/978-966-659-289-0. ISBN 978-966-659-289-0. 13. Соколова Л. В., Зінченко М. Е. Традиційні та інноваційні методи маркетингових досліджень. <i>Сучасні стратегії економічного розвитку: наука, інновації та бізнес-освіта. Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції (м. Харків, 3 листопада 2020 р.)</i> / За заг. ред. Т. В. Полозової [та ін.]. Харків. ХНУРЕ. 2020. С. 307-310.
----	------------------------	--

		14. Телетов О. С. Маркетингові дослідження : навч. посіб. К. : <i>Знання України</i>, 2010. 290 с. 15. Соколова Л. В., Верясова Г. М. Маркетингові дослідження споживацьких переваг на регіональному ринку : monograph Modern problems of the economy of development in the context of the world transformational changes. Opole : The Academy of Management and Administration in Opole, 2013. Р. 81-92. Українська Асоціація маркетингу. URL : http://www.uam.kneu.kiev.ua/. Сайт УАМ. URL: http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/. 16. Національна бібліотека ім. В. І. Вернадського. URL : http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/.
16	Розробник силабусу	Професор, доктор економічних наук, Соколова Людмила Василівна, e-mail: liudmyla.sokolova@nure.ua