



**СИЛАБУС
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ
ПУБЛІЧНИХ КОМПАНІЙ»**

Галузь знань	28 «Публічне управління та адміністрування»
Спеціальність	281 «Публічне управління та адміністрування»
Освітньо-професійна програма	«Публічне управління та адміністрування»
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Назва кафедри	Кафедра менеджменту, маркетингу та публічного управління
Тип дисципліни	Вибіркова
Семестр	8
Мова викладання	Українська
Керівник курсу	Плахотнікова Лариса Олександрівна , кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та публічного управління
Профайл керівника курсу	http://nasoa.edu.ua/spivrobityky/plahotnikova-larisa-oleksandrivna/
Контактна інформація керівника курсу (e-mail)	E-mail: LOPlakhotnikova@nasoa.edu.ua
Передумови для вивчення навчальної дисципліни	Наявність систематичних та ґрунтовних знань з компонентів професійної підготовки освітньої програми, зокрема, Макроекономіка, Мікроекономіка, Менеджмент, Міжнародна економіка, Менеджмент публічних установ та організацій.

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:			
			Лекцій	Практичних занять	Самостійна підготовка	Вид підсумкового контролю
	4	120	24	24	72	Залік

Опис дисципліни	<p>Навчальна дисципліна: «Маркетингові дослідження публічних компаній» є вибірковою компонентою навчального плану.</p> <p>Як вибіркова складова, вивчення дисципліни дозволить здобувачу вищої освіти сформуванню індивідуальну освітню траєкторію.</p> <p>Мета вивчення навчальної дисципліни полягає формуванні знань та навичок щодо організації та проведення маркетингових досліджень, кількісних та якісних методів збирання інформації, а також оволодіння практичними навичками інформаційного забезпечення процесу розробки та прийняття маркетингових рішень.</p> <p>Завдання вивчення навчальної дисципліни: є засвоєння системних знань та вмінь щодо організації та проведення процесу маркетингового дослідження, основними напрямками його реалізації; оволодіння методами та інструментами збирання первинної маркетингової інформації та прийняття прогностичних рішень; навчання вмінню правильно встановити існуючу маркетингову проблему, а також визначити джерела інформації, спланувати</p>
------------------------	---

	збір, оцінку та оброблення маркетингової інформації. Формат проведення дисципліни: лекції, практичні(семінарські) заняття, самостійна робота. Здобувачі вищої освіти мають змогу отримати індивідуальні консультації.
Результати навчання	Здобувач повинен знати: <ul style="list-style-type: none"> - теоретичні та методологічні основи здійснення маркетингових досліджень; етапи проведення маркетингових досліджень; - загальнонаукові, аналітико-прогностичні методи дослідження, методичні прийоми, які запозичені з різних галузей знань; - види маркетингових досліджень, їх переваги та недоліки; - джерела маркетингової інформації, методи її збору, структуру маркетингових досліджень, суб'єктів, фірми; Здобувач повинен вміти: <ul style="list-style-type: none"> - застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань підприємства у сфері маркетингу; - моніторити зміни маркетингового середовища; - збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники; - обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію; - виявляти й аналізувати ключові характеристики економічних суб'єктів; - формувати звіт та резюмувати результати маркетингового дослідження.
Професійні компетентності	(ФК 10) Здатність до дослідницької та пошукової діяльності в сфері публічного управління та адміністрування.
Програмні результати навчання	ПРН 11. Уміти відшукувати та узагальнювати інформацію, робити висновки і формулювати рекомендації в межах своєї компетенції.
Програма навчальної дисципліни	Змістовий модуль I. Концептуальні основи маркетингових досліджень Тема 1. Значення та процес маркетингових досліджень. Тема 2. Інформаційне забезпечення маркетингових досліджень. Тема 3. Методи збирання збору маркетингової інформації. Змістовий модуль II. Основні напрями маркетингових досліджень публічних компаній Тема 4. Дослідження ринку. Тема 5. Дослідження конкурентного середовища. Тема 6. Дослідження конкурентів та конкурентоспроможності публічної компанії. Тема 7. Дослідження поведінки споживачів / клієнтів. Тема 8. Маркетингові дослідження становища публічної компанії. Тема 9. Маркетингові дослідження у публічному управлінні. Тема 10. Формування звіту та презентації маркетингового дослідження.
Методи навчання	Під час проведення лекцій застосовуються такі методи навчання: інформаційно-ілюстративний, наочний з використанням мультимедійних засобів, пояснення, обговорення, диспутів, лекцій-конференцій. Під час практичних (семінарських) занять застосовуються такі методи навчання: доповіді, підготовка презентацій, письмове виконання практичних занять, тестування, методи брейнстормінг (мозкового штурму), дослідницькі методи.
Матеріально-технічне забезпечення навчальної дисципліни	Комп'ютери з програмним забезпеченням для виконання різних видів освітньої діяльності: Microsoft Office, Веб-браузери. Мультимедійний проектор, комп'ютер або ноутбук, використання платформи Microsoft Teams та Moodle для дистанційного навчання
Політики навчальної дисципліни	Політика щодо академічної доброчесності. Дотримання академічної доброчесності здобувачами вищої освіти НАСОА є передумовою для

ефективного опанування результатами навчання і отримання позитивної оцінки з поточного та підсумкового контролів. Складові політики академічної доброчесності регламентуються: *Положенням про академічну доброчесність Національної академії статистики, обліку та аудиту, затвердженим рішенням Вченої ради НАСООА, 24 квітня 2020 р., протокол № 8.*

Відповідно до Положення про внутрішню систему забезпечення якості освіти в НАСООА та Положення про академічну доброчесність у НАСООА у разі виявлення викладачем порушення студентом норм та правил академічної доброчесності, викладач зобов'язаний застосувати норми п.11.8.3 Положення про внутрішню систему забезпечення якості освіти в НАСООА, зокрема: «повторне проходження оцінювання (тест, контрольна робота, залік, іспит тощо); повторне проходження відповідного освітнього компонента (модуля) освітньої програми»

Політика щодо відвідування занять. Здобувачі вищої освіти денної форми навчання зобов'язані відвідувати заняття. Поважними причинами для відсутності на заняттях є хвороба, академічна мобільність або інші випадки відсутності, які підтверджені документально. Якщо здобувач вищої освіти відсутній на заняттях з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та відповідно до графіку консультацій викладача.

Політика щодо перескладання. Здобувачі вищої освіти повинні дотримуватися термінів виконання усіх завдань, передбачених програмою навчальної дисципліни. Ліквідація академічної заборгованості та перескладання заліку проводиться після закінчення екзаменаційної сесії за окремим розкладом, складеним навчально-методичним відділом не пізніше наступного тижня після сесії.

Політика щодо оскарження результатів оцінювання. Якщо здобувач вищої освіти не згоден з оцінюванням рівня його знань він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку відповідно до Положення про організацію освітнього процесу у Національній академії статистики, обліку та аудиту, затвердженим рішенням Вченої ради НАСООА, 25 травня 2020 р., протокол № 9.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Маркетингові дослідження : навч. посіб. Безугла Л.С., Ільченко Т.В., Юрченко Н.І. та ін.. Дніпро: Видавець Біла К.О., 2019. 300 с.
2. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
3. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк : друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с.
4. Маркетинг: навч. посіб. Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.]; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с..
5. Полторак В., Тараненко І., Красовська О. Маркетингові дослідження: навчальний посібник. Київ: Цент нпвчальної літератури. 2022. 226 с.
6. Плахотнікова Л. О., Булах Т. М. Екологічний маркетинг у системі формування соціальної відповідальності бізнесу. *Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту.* 2019. №4. С. 101–108. URL: <http://194.44.12.92:8080/jspui/handle/123456789/4510>
7. Плахотнікова Л.О. Digital – маркетинг у глобальних процесах інформатизації світової економіки. *Формування ринкових відносин в Україні.* 2022. № 11 (258). С. 22-27. URL: http://dndiime.org/wp-content/uploads/2023/02/11_2022.pdf
8. Плахотнікова Л.О. Булах Т.М, Іртлач М.О. Кон'юнктура та особливості ринку праці інформаційно-комунікаційних технологій в Україні: маркетинговий аспект. *Економіка. Менеджмент. Бізнес.* 2019. №1(27). С. 85-91. URL: <http://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2089>

9. Плахотнікова Л.О. Маркетингові технології залучення інвестицій державними органами управління у розвиток регіонів. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2022. № 3 (250). С.85-92. URL: http://dndiime.org/wp-content/uploads/2022/07/3_2022.pdf

10. Плахотнікова Л.О., Литвинова О.В. Аналіз діяльності ІТ компаній на ринку освітніх послуг України. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2019. №2(28). С. 32-36. URL: <http://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2147>

КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

За результатами семестру студент отримує підсумкову оцінку за 100-бальною системою, яка розраховується як накопичена сума отриманих балів за всі види поточного, модульного та підсумкового контролю.

Умовою допуску до підсумкового контролю є набрання здобувачем вищої освіти 35 балів у сукупності за всіма темами дисципліни.

Якщо за результатами модульно-рейтингового контролю студент отримав сумарну кількість балів за два змістовні модулі, що не перевищує 34 бали, то студент вважається таким, що не виконав усі види робіт, які передбачаються навчальним планом з дисципліни направляє на повторний курс вивчення дисципліни.

Форми контролю	Види навчальної роботи	Оцінювання
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ	Робота на лекціях	-
	Робота на практичних заняттях	Максимально 4 бали
МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ	Модульний контроль № 1	Максимальна оцінка – 15 балів
	Модульний контроль № 2	Максимальна оцінка – 15 балів
ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	Залік	Максимальна оцінка – 30 балів

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАТЬ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Оцінка за національною шкалою	Оцінка в балах	Оцінка за шкалою ECTS	
		Оцінка	Пояснення
<i>Зараховано</i>	90-100	A	Здобувач вищої освіти демонструє високий рівень знань навчального матеріалу в обсязі, що відповідає програмі дисципліни, достатньо реалізовує теоретичні положення дисципліни в практичних розрахунках, виконав практичні завдання відмінно або з незначною кількістю помилок. За час навчання при проведенні практичних занять проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включатись в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються
	82-89	B	Здобувач вищої освіти демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною
	74-81	C	Здобувач вищої освіти в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати при вирішенні типових практичних

			завдань, але допускає окремі неточності. Помилки у відповідях та розрахунках не є системними. Знає характеристики основних положень, що мають визначальне значення при проведенні практичних занять та поясненні прийнятих рішень, в межах дисципліни, що вивчається.
	64-73	D	Здобувач вищої освіти засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений програмою дисципліни. При вирішенні практичних завдань допускає значну кількість недоліків і суттєвих помилок
	60-63	E	Здобувач вищої освіти має певні знання, передбачені в програмі дисципліни, володіє основними положеннями, що вивчаються на рівні, який визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень, здобувач вищої освіти з труднощами пояснює правила вирішення практичних завдань дисципліни, відсутнє розуміння порядку виконання завдання та взаємозв'язків з іншими дисциплінами.
<i>Незараховано</i>	35-59	FX	Здобувач вищої освіти може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що програму дисципліни здобувач вищої освіти виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є неправильними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у здобувача вищої освіти відсутні. Здобувач вищої освіти має можливість повторного складання
	1-34	F	Здобувач вищої освіти повністю не виконав вимоги програми навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Обов'язковий повторний курс

Розглянуто та затверджено на засіданні кафедри менеджменту, маркетингу та публічного управління. Протокол № 9 від 22 березень 2023р.