



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ»

Галузь знань	D «Бізнес, адміністрування та право»
Спеціальність	D5 «Маркетинг»
Освітньо-професійна програма	«Маркетинг і реклама»
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Назва кафедри	Менеджменту, маркетингу та публічного управління
Тип дисципліни	Обов'язкова
Семестр	5
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/spivrobitnyky/plahotnikova-larisa-oleksandrivna/
Контактна інформація керівника курсу (e-mail)	E-mail: LOPlahotnikova@nasoa.edu.ua

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:			
			Лекцій	Практичних занять	Самостійна підготовка	Вид підсумкового контролю
			Денна форма навчання			
	4	120	26	30	64	Екзамен
			Заочна форма навчання			
	4	120	2	4	114	Екзамен

Опис дисципліни	Навчальна дисципліна: «Маркетингові дослідження» є обов'язковою компонентою навчального плану. 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. 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 вміню правильно встановити існуючу маркетингову проблему, а також визначити джерела інформації, спланувати збір, оцінку та оброблення маркетингової інформації. Формат проведення дисципліни: лекції, практичні(семінарські) заняття,
------------------------	---

	самостійна робота. Здобувачі вищої освіти мають змогу отримати індивідуальні консультації.
Професійні компетентності	ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової та рекламної діяльності СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків
Програмні результати навчання	ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПРН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
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 маркетингової інформації Змістовий модуль II. Основні напрями маркетингових досліджень Тема 4. Дослідження ринку Тема 5. Дослідження конкурентного середовища Тема 6. Дослідження конкурентів та конкурентоспроможності підприємства Тема 7. Дослідження поведінки споживачів Тема 8. Маркетингові дослідження становища підприємства на ринку Тема 9. Дослідження комплексу маркетингу 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 НАСОН є передумовою для ефективного опанування результатами навчання і отримання позитивної оцінки з поточного та підсумкового контролів. Складові політики академічної доброчесності регламентуються: <i>Положенням про академічну доброчесність Національної академії статистики, обліку та аудиту, затвердженим рішенням Вченої ради НАСОН, 24 квітня 2020 р., протокол № 8.</i> Відповідно до Положення про внутрішню систему забезпечення якості освіти в НАСОН та Положення про академічну доброчесність у НАСОН 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 НАСОН, 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 НАСОН, 25 травня 2020 р., протокол № 9.
--	--

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Барабанова В.В. Маркетингові дослідження: навч. посіб. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2020. 136 с.
2. Белова Т.Г. Маркетингові дослідження: конспект лекцій. Київ: НУХТ, 2010. 131с.
3. Данченко О.Б., Дзюба Т.В. Маркетингові дослідження у проєктах: навчальний посібник. Київ: ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», 2021. 224 с.
4. Дюгованець О. М. Маркетингові дослідження та аналіз інформації : курс лекцій. Ужгород: Аутдор-Шарк. 2015. 178 с.
5. Жегус О. В., Парцирна Т.М. Маркетингові дослідження : навчальний посібник. Х.: ФОП Іванченко І.С., 2016. 237 с.
6. 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.
7. Крайнюченко О.Ф., Белова Т.Г. Маркетингові дослідження: конспект лекцій. К.: НУХТ, 2015.179 с.
8. Маркетингові дослідження: навч. посіб. / Безугла Л.С., М 25 Ільченко Т.В., Юрченко Н.І. та ін. Дніпро: Видавець Біла К.О., 2019. 300 с.
9. Маркетингові дослідження: підручник. / Т.Б. Решетілова, С.М. Дніпропетровськ : НГУ, 2015. 357 с. URL: <http://nmu.org.ua>
10. Ортинська В. В., Мельникович О. М. Маркетингові дослідження : підручник. Київ : КНТЕУ. 2015. 435 с.

11. Павловська Л. Д. Маркетингові дослідження: навч. посіб. Житомир: Вид. О. О. Євенок, 2017. 344 с.
12. 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
13. Плахотнікова Л.О. Маркетингове дослідження кон'юнктури світового ринку молока та молочної продукції. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2023. № 5 (264). С.36-46. URL: <http://dndiime.org/wp-content/uploads/2023/08/5-2023.pdf>
14. 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
15. Плахотнікова Л.О. Методи ціноутворення у сфері Е-маркетингу. *Бізнес-аналітика в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю: матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції*, 16 березня 2023. Київ: ТОВ «НВП «Інтерсервіс», 2023. С. 451-454. URL: <http://194.44.12.92:8080/jspui/handle/123456789/7580>
16. Плахотнікова Л.О. Сучасні маркетингові технології в управлінні малим бізнесом. Стратегія розвитку України: фінансово-економічний та гуманітарний аспекти: матеріали XI Міжнародної науково-практичної-конференції, 15 жовтня 2024 року. Київ: ТОВ «НВП «Інтерсервіс», 2024. С. С. 643-645. URL: <http://194.44.12.91:8080/xmlui/handle/123456789/943>
17. 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: <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2089>
18. Плахотнікова Л.О., Литвинова О.В. Аналіз діяльності ІТ компаній на ринку освітніх послуг України. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2019. №2(28). С. 78-82. URL: <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2147>
19. Полторак В.А., Тараненко В.А., Красовська О. Ю. Маркетингові дослідження: навч. посібник. 3-тє вид. Київ: ЦУЛ, 2017. 342 с.
20. Сотніков Ю. М. Маркетингові дослідження із застосуванням пакета SPSS : навч. посіб. Одеса : Атлант. 2016. 145 с.

КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

<i>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.</i> <i>Умовою допуску до підсумкового контролю є набрання здобувачем вищої освіти 35 балів у сукупності за всіма темами дисципліни.</i> <i>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 «Маркетингові дослідження» і направляється на повторний курс вивчення дисципліни.</i>		
Форми контролю	Види навчальної роботи	Оцінювання
Денна форма навчання		
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ	Робота на лекціях	-
	Робота на практичних заняттях	Від 0 до 4 балів
МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ	Модульний контроль № 1	Максимальна оцінка – 15 балів
	Модульний контроль № 2	Максимальна оцінка – 15 балів
ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	Екзамен	Максимальна оцінка – 30 балів

Заочна форма навчання		
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ	Робота на лекціях	-
	Робота на практичних заняттях	-
КОНТРОЛЬНА РОБОТА ДЛЯ ЗАОЧНОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ	Тестовий контроль	Від 0 до 70
ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	Екзамен	Максимальна оцінка – 30 балів

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання є: завдання розрахункового характеру; розв’язок ситуаційних завдань, презентації результатів виконаних завдань та досліджень.

Практичні заняття передбачають обговорення питань теми, проведення дискусій з основних проблем і питань, які розглядаються на практичному занятті. Робота на практичному занятті передбачає усне та письмове опитування. Максимальна кількість балів, отримана здобувачем вищої освіти на практичному занятті становить 4 бали. Самостійна робота здобувачів вищої освіти полягає в опрацюванні проблемних теоретичних та практичних питань. Виконання самостійної роботи оцінюється під час проведення практичних занять у вигляді опитування в тому числі за питаннями, які виносяться на самостійну роботу.

Шкала оцінювання роботи здобувачів вищої освіти на практичних заняттях

Кількість балів	Критерії оцінювання
3-4	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому літературу.
1-2	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності.
0	Не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань.

Критерії оцінювання модульного контролю

Формою модульного контролю є модульні контрольні роботи, які проводяться у формі тестових завдань закритої форми, що формуються та виконуються в системі Moodle, та оцінюються від 0 до 15 балів

Критерії оцінювання підсумкового контролю

Формою підсумкового контролю є екзамен, який проводиться у формі тестових завдань закритої форми, що формуються та виконуються в системі Moodle, та оцінюється від 0 до 30 балів.

Шкала оцінювання знань здобувачів вищої освіти

Оцінка за національною шкалою	Оцінка в балах	Оцінка за шкалою ECTS	
Екзамен		Оцінка	Пояснення
Відмінно	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
Добре	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
Добре	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.
Задовільно	64-73	D	Здобувач вищої освіти засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений програмою дисципліни. При вирішенні практичних завдань допускає значну кількість недоліків і суттєвих помилок
Задовільно	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.
Незадовільно	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 № 1 від 29 серпня 2025р.