

## АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ

**«Маркетингові дослідження»**  
**Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»**  
**Спеціальність 075 «Маркетинг»**  
**Ступень «Бакалавр»**

**Кількість кредитів ECTS**  
**5**

**Семестр**  
**6**

**1 Мета опанування дисципліни:** поглиблення і розширення теоретичних знань, вмінь та практичних навичок студентів у питаннях щодо визначення методології маркетингових досліджень, сучасного наукового світогляду у сфері маркетингових досліджень, забезпечення вироблення вмінь та навичок проведення маркетингових досліджень у підприємстві

**2 Завдання:** ознайомлення з категоріальним апаратом, надання знань щодо особливостей методів та алгоритмів маркетингового дослідження формування навичок методики збору, обробки, аналізу даних та складання звіту за результатами проведеного дослідження з різних напрямків і використання їх результатів в обґрунтуванні управлінських рішень оцінки ефективності технології проведення маркетингових досліджень ринку, споживачів, конкурентів, товару, ціни, системи розподілу та збуту товарів

**3 Перелік компетенцій, яких набуде студент після опанування дисципліни:**

**знання і розуміння:**

теоретичних засад та категоріального апарату дослідження кон'юнктури товарного ринку сутності та механізму дослідження кон'юнктури товарного ринку  
знання здійснювати дослідження кон'юнктури товарного ринку, складання певного варіанту звіту за результатами дослідження кон'юнктури ринку товару  
розуміння базових уявлень про сучасні методи маркетингової діяльності  
здатність до організації управління маркетинговими роботами на різних фазах  
здатність розробляти перспективних та поточних планів маркетингової діяльності

**застосування знань і розуміння:**

уміння приймати оптимальні рішення щодо визначення організації та проведення маркетингового дослідження на ринку товарів і послуг  
уміння розробляти ефективні стратегічні рішення в процесі маркетингового дослідження  
уміння самостійно вирішувати наукові проблеми дослідження та розробки маркетингової стратегії

**4 Сфера реалізації набутих знань і вмінь в майбутній професії:**

- 1) на державному рівні:
  - при участі у формуванні системи маркетингових досліджень
  - при розробці ефективних стратегічних рішень в процесі маркетингового дослідження
  - при контролі механізму дослідження кон'юнктури товарного ринку

2) на рівні підприємства:

- при розробці управлінських рішень маркетингових досліджень ринку, споживачів, конкурентів, товару
- при оцінці ефективності маркетингових досліджень ринку
- при розробці організації управління маркетинговими роботами на різних фазах

## **5 Зміст дисципліни розкривається в темах:**

### **Змістовий модуль 1. Основні поняття маркетингових досліджень**

Тема 1. Система маркетингових досліджень

Тема 2. Маркетингова інформація

Тема 3. Організація, напрямки і структура процесу маркетингових досліджень

Тема 4. Методи збору даних в маркетингових дослідженнях

Тема 5. Маркетингові дослідження ринку

### **Змістовий модуль 2. Сучасні методи маркетингових досліджень**

Тема 6. Маркетингові дослідження конкуренції та конкурентів

Тема 7. Дослідження поведінки споживачів

Тема 8. Дослідження конкурентоспроможності підприємства

Тема 9. Програмний інструментарій для вирішення задач маркетингу

Тема 10. Підготовка та презентація підсумкового звіту про дослідження

**6 Викладацький склад:** к.е.н., доцент Барабанова В.В.