



## СОЦІОЛОГІЧНІ МЕТОДИ МАРКЕТИНГОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

**Викладач:** кандидат соціологічних наук, доцент, Ратушна Таїсія Олександрівна

**Кафедра:** соціології, 4-й корпус ЗНУ, ауд. 309 (3-й поверх)

**E-mail:** t2020005@gmail.com

**Телефон:** (061) 228-75-58 (кафедра)

**Інші засоби зв'язку:** Moodle (форум курсу, приватні повідомлення)

<b>Освітня програма, рівень вищої освіти:</b>	Соціологія Магістр						
<b>Статус дисципліни:</b>	Обов'язкова						
<b>Кредити ECTS</b>	3	<b>Навч. рік:</b>	2023-24 2 семестр	<b>Рік навчання</b>	1	<b>Тижні</b>	10
<b>Кількість годин</b>	90	<b>Кількість змістових модулів</b>	4	<b>Лекційні заняття – 6 Семінарські заняття – 10 Самостійна робота – 74</b>			
<b>Вид контролю:</b>	Екзамен						
<b>Посилання на курс в Moodle</b>	<a href="https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=5286">https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=5286</a>						
<b>Консультації:</b>	час консультації за розкладом консультацій (розміщено на стенді кафедри) Moodle (форум курсу), Zoom						

### ОПИС КУРСУ

**Метою** викладання навчального курсу «Соціологічні методи маркетингового дослідження» є набуття студентами теоретичних знань та практичних навичок з використання соціологічних методів для організації та проведення досліджень за найважливішими напрямками маркетингу.

Основними **завданнями** вивчення навчальної дисципліни «Соціологічні методи маркетингового дослідження» є:

- визначення методологічних підвалин використання соціологічних методів маркетингових досліджень;
- дослідження історії розвитку маркетингових досліджень у суспільній практиці;
- ознайомлення із сутністю та можливостями застосування соціологічних методів маркетингових досліджень;
- вивчення особливостей використання соціологічних методів у маркетингових дослідженнях;
- засвоєння технології проведення маркетингових досліджень з використанням соціологічних методів збору соціологічної інформації.

### ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувачі повинні **знати:**

- місце маркетингових досліджень в структурі маркетингу і управління підприємством в умовах ринкової економіки;
- різновиди маркетингової інформації та особливості її отримання за допомогою соціологічних методів;
- основні етапи проектування соціологічного дослідження у сфері маркетингу;
- методи і технології проведення соціологічних досліджень у сфері маркетингу.

здобувачі повинні **вміти:**

- визначати необхідність проведення соціологічних досліджень у сфері маркетингу;



- визначати методи та технології дослідження, які необхідні при аналізі таких найважливіших аспектів маркетингу, як аналіз конкурентів, ринку, товару, споживачів, ефективності реклами та ін.;
- вміти самостійно розробляти програми та інструментарій для проведення досліджень споживачів товарів та послуг;
- обробляти інформацію маркетингового дослідження та аналізувати її з метою пошуку шляхів удосконалення маркетингової діяльності.

Змістове наповнення курсу, що викладається на лекційних і семінарських заняттях та засвоюється студентом під час самостійної роботи, забезпечує набуття **компетентностей**:

ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК03. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК04. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК06. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

СК01. Здатність аналізувати соціальні явища і процеси. СК03. Здатність проектувати і виконувати соціологічні дослідження, розробляти й обґрунтовувати їхню методологію.

СК04. Здатність збирати та аналізувати емпіричні дані з використанням сучасних методів соціологічних досліджень.

СК05. Здатність обговорювати результати соціологічних досліджень та проектів українською та іноземною мовами.

СК06. Здатність дотримуватися у своїй діяльності норм професійної етики соціолога та керуватися загальнолюдськими цінностями.

#### **Програмні результати навчання:**

РН01 Вміння аналізувати соціальні явища і процеси, використовуючи емпіричні дані та сучасні концепції і теорії соціології.

РН03 Вміти проектувати і виконувати соціологічні дослідження, розробляти й обґрунтовувати їхню методологію.

РН04 Вміти збирати та аналізувати емпіричні дані з використанням сучасних методів соціологічних досліджень.

РН05 Вміти обговорювати результати соціологічних досліджень та проектів українською та іноземною мовами.

РН06 Відповідально відноситися до обов'язку дотримуватися у своїй діяльності норм професійної етики соціолога та керуватися загальнолюдськими цінностями.

РН07 Вміння розробляти та оцінювати соціальні проекти і програми.

РН09 Вміння презентувати результати наукових досліджень, готувати наукові доповіді та публікації.

#### **ОСНОВНІ НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ**

Презентації лекцій, плани занять, методичні рекомендації до виконання індивідуальних та практичних завдань, групових творчих проектів розміщені на платформі Moodle:

<https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=5286>

#### **КОНТРОЛЬНІ ЗАХОДИ**

##### ***Поточні контрольні заходи (тах 60 балів):***

Поточний контроль передбачає таке теоретичне завдання:

- Короткі тести/контрольні роботи за пройденим матеріалом, обговорення та відповідь на семінарському занятті, дискусія у групі.

Поточний контроль передбачає таке практичне завдання:

- Порівняльний аналіз та аналіз кейсів
- Написання есе чи тез конференції
- Написання творчої роботи за темою лекції



- Створення презентаційних матеріалів
- Публічний виступ

**Підсумкові контрольні заходи: (max 40 балів):**

**Теоретичний підсумковий контроль** – підсумковий екзаменаційний тест, проводиться он-лайн на платформі Moodle, складається не менше ніж з 20 питань різного ступеня складності (максимальна оцінка 20 балів).

**Підсумкове практичне творче завдання** – практична робота з (максимальна оцінка 20 балів). Даний вид завдання виконується у 2-х формах:

1. Он-лайн на платформі Moodle в день проведення екзамену. Передбачає відповіді на проблемні питання за темами курсу та заповнення таблиць за зразком.
2. У формі індивідуального творчого завдання (виконується протягом семестру).

Перелік питань підсумкового контролю та методичні рекомендації до виконання індивідуального завдання див. на сторінці курсу в Moodle: <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=5286>.

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**ФАКУЛЬТЕТ СОЦІОЛОГІЇ ТА УПРАВЛІННЯ**  
**Силабус навчальної дисципліни**



Контрольний захід		Термін виконання	% від загальної оцінки
<b>Поточний контроль (max 60%)</b>			<b>60</b>
Змістовий модуль 1	Практична робота: аналіз кейсів	1 тиждень	<b>10</b>
	Тестування	2 тиждень	<b>5</b>
Змістовий модуль 2	Тестування	3 тиждень	<b>5</b>
	Практична робота. Підбір та обґрунтування опитувальних методів для проведення різних маркетингових досліджень	4-5 тиждень	<b>10</b>
Змістовий модуль 3	Відповідь на семінарському занятті, дискусія у групі, презентація	6 тиждень	<b>10</b>
	Тестування	7 тиждень	<b>5</b>
Змістовий модуль 4	Тестування	8 тиждень	<b>5</b>
	Практична робота. Проведення та презентація результатів власного міні-проєкту з дослідження цільової аудиторії товару, продукту чи послуги.	9-10 тиждень	<b>10</b>
<b>Підсумковий контроль (max 40%)</b>			
Екзаменаційний тест			<b>20</b>
Екзаменаційне практичне завдання			<b>20</b>
<b>Разом</b>			<b>100</b>



**Шкала оцінювання: національна та ECTS**

За шкалою ECTS	За шкалою університету	За національною шкалою	
		Екзамен	Залік
A	90 – 100 (відмінно)	5 (відмінно)	Зараховано
B	85 – 89 (дуже добре)	4 (добре)	
C	75 – 84 (добре)		
D	70 – 74 (задовільно)		
E	60 – 69 (достатньо)	3 (задовільно)	Не зараховано
FX	35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання)	2 (незадовільно)	
F	1 – 34 (незадовільно – з обов'язковим повторним курсом)		

**РОЗКЛАД КУРСУ ЗА ТЕМАМИ І КОНТРОЛЬНІ ЗАВДАННЯ**

Тиждень і вид заняття	Тема заняття	Контрольне завдання	Кількість балів
<b>Змістовий модуль 1. Сутність і практика організації маркетингових досліджень</b>			
Тиждень 1 Лекція 1	Сутність і практика організації маркетингових досліджень		
Тиждень 2 Семінарське заняття 1	Сутність і практика організації маркетингових досліджень	Практична робота: аналіз кейсів	<b>10</b>
		Тестування	<b>5</b>
<b>Змістовий модуль 2. Опитувальні соціологічні методи у маркетингових дослідженнях</b>			
Тиждень 3 Лекція 2	Опитувальні соціологічні методи у маркетингових дослідженнях		
Тиждень 4 Семінарське заняття 2	Опитувальні соціологічні методи у маркетингових дослідженнях	Тестування	<b>5</b>
		Практична робота. Підбір та обґрунтування опитувальних методів для проведення різних маркетингових досліджень	<b>10</b>
<b>Змістовий модуль 3. Неопитувальні соціологічні методи у маркетингових дослідженнях</b>			
Тиждень 5 Семінарське заняття 3	Неопитувальні соціологічні методи у маркетингових дослідженнях	Відповідь на семінарському занятті, дискусія у групі, презентація	<b>10</b>
Тиждень 6 Семінарське заняття 4	Неопитувальні соціологічні методи у маркетингових дослідженнях	Тестування	<b>5</b>



<b>Змістовий модуль 4. Дослідження цільової аудиторії у маркетингових дослідженнях</b>			
Тиждень 7 Лекція 3	Дослідження цільової аудиторії у маркетингових дослідженнях		
Тиждень 8 Семінарське заняття 5	Дослідження цільової аудиторії у маркетингових дослідженнях	Тестування	<b>5</b>
Тиждень 9-10 Робота над практичним завданням	Дослідження цільової аудиторії у маркетингових дослідженнях	Проведення та презентація результатів власного міні-проєкту з дослідження цільової аудиторії товару, продукту чи послуги.	<b>10</b>
Всього			<b>60</b>



## ОСНОВНІ ДЖЕРЕЛА

1. Богдан О. Що варто знати про соціологію і соціальні дослідження? Посібник-довідник для громадських активістів та всіх зацікавлених / Олена Богдан; консультант-рецензент Володимир Паніотто. Київ : Дух і літера, 2015. 380 с.
2. Збарський В. К., Талавиря М. П., Остапчук А. Д. Маркетингові дослідження: навчально-науковий посібник: за редакцією професора В. К. Збарського. Київ: ЦП «КОМПРИНТ», 2023. 559 с.
3. Паніна Н.В. Технологія соціологічного дослідження. Київ : Інститут соціології НАН України, 2007. 320 с.

## ДОДАТКОВІ ДЖЕРЕЛА

1. Goldfarb A., Tucker C., Wang Y. Conducting Research in Marketing with Quasi-Experiments. *Journal of Marketing*. 2022. Vol. 86, no. 3. P. 1–20. URL: <https://doi.org/10.1177/00222429221082977>.
2. Goulding C. Grounded Theory: a Practical Guide for Management, Business and Market Researchers. London : Sage Publications. URL: [http://www.sxf.uevora.pt/wp-content/uploads/2013/03/Goulding\\_2002.pdf](http://www.sxf.uevora.pt/wp-content/uploads/2013/03/Goulding_2002.pdf).
3. Jafari A., Aly M., Doherty A. M. An analytical review of market system dynamics in consumer culture theory research: Insights from the sociology of markets. *Journal of Business Research*. 2022. Vol. 139. P. 1261–1274. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.10.040>.
4. Lane J., Lingel J. Digital Ethnography for Sociology: Craft, Rigor, and Creativity. *Qualitative Sociology*. 2022. URL: <https://doi.org/10.1007/s11133-022-09509-3>.
5. Morgan D. L. Robert Merton and the History of Focus Groups: Standing on the Shoulders of a Giant?. *The American Sociologist*. 2021. URL: <https://doi.org/10.1007/s12108-021-09500-5>.
6. Schneider D., Harknett K. What's to Like? Facebook as a Tool for Survey Data Collection. *Sociological Methods & Research*. 2019. P. 004912411988247. URL: <https://doi.org/10.1177/0049124119882477>.
7. Данченко О.Б., Дзюба Т.В. Маркетингові дослідження у проєктах: навчальний посібник. Київ: ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», 2021. 224 с.
8. Методологія досліджень мас-медіа: робоча книга (handbook) / за заг. ред. К. Г. Сірінюк-Долгарьової. Запоріжжя: ЗНУ, 2017. 156 с.
9. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика : підручник. Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с.

## ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Cases. URL: <https://cases.media/>.
2. Promodo. URL: <https://www.promodo.ua/blog/metodologiya-marketingovih-doslidzhen-u-2023-chomu-velika-vibirka-ne-golovne>.
3. Опитування громадської думки. Як правильно розуміти та інтерпретувати соціологічні дані. Посібник для журналістів та всіх, хто працює з соціологічними даними. Фонд «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва. Київ: 2020. URL: <https://dif.org.ua/uploads/pdf/514094735644fc3693e56b7.70191677.pdf>.
4. Офіційний сайт Інституту соціології Національної Академії Наук України. URL: <http://www.i-soc.com.ua/institute/>.
5. Офіційний сайт Київськогоміжнародного інституту соціології. URL: <https://www.kiis.com.ua/>.
6. Офіційний сайт Соціологічної асоціації України. URL: <http://www.sau.kiev.ua/>.
7. Соціологічна група «Рейтинг». URL: <https://ratinggroup.ua/>.
8. Український центр економічних та політичних досліджень ім. О. Разумкова. URL: <https://razumkov.org.ua/>.
9. Фонд Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва. URL: <https://dif.org.ua/>.



## РЕГУЛЯЦІЯ І ПОЛІТИКИ КУРСУ

### Відвідування занять. Регуляція пропусків.

**Відвідування усіх занять є обов'язковим.** Також очікується, що здобувачі мають організовано та усвідомлено підходити до виконання навчальних завдань, участі у лекційних, семінарських і практичних заняттях. Від усіх сторін очікується активна позиція, у тому числі, щодо пошуку можливостей виконання пропущених завдань і проходження передбачених форм контролю. **Пропуски можливі лише з поважної причини.** Відпрацювання пропущених занять має бути регулярним за домовленістю з викладачем у години консультацій, передбачених даним курсом (усна відповідь чи письмова робота з пропущеної теми). Також можливе відпрацювання у вигляді проходження он-лайн тестування у системі Moodle пропущеної теми (якщо таке тестування було передбачено). У разі систематичних пропусків занять та консультацій для відпрацювання може бути застосована процедура повторного вивчення дисципліни (див. Додаток до силабусу).

### Політика академічної доброчесності

Від здобувачів очікується повне дотримання принципів академічної доброчесності, затверджених Кодексом академічної доброчесності ЗНУ (див. Додаток до силабусу). Усі письмові роботи будуть перевірятись на плагіат. У разі виявлення ознак списування, плагіату чи інших видів не доброчесної поведінки, роботи здобувачів не будуть прийматись на оцінювання, а до студентів можуть бути застосовані дисциплінарні заходи передбачені Кодексом академічної доброчесності ЗНУ.

### Використання комп'ютерів/телефонів на занятті

Під час занять потрібно перевести мобільний телефон у режим «без звуку», щоб не заважати викладачу і колегам. **Дозволяється** використання мобільних телефонів, ноутбуків, планшетів та інших персональних гаджетів з навчальною метою, а саме для пошуку інформації, ознайомлення з літературою, аналізу даних, виконання практичних завдань і т.д. **Не дозволяється** використання вище перелічених засобів під час контрольних заходів (порушення цієї вимоги буде розцінюватись як порушення правил академічної доброчесності).

### Комунікація

Комунікація між викладачем і здобувачами вищої освіти відбувається в аудиторії, у системі Moodle та електронною поштою, а також в рамках запланованих для цього курсу консультацій. Інформація щодо організаційних питань також може надаватись викладачем старості групи у Viber чи Telegram. Викладач відповідатиме на письмовий запит студента щодо консультації або перевірки завдання впродовж 3 робочих днів. У повідомленні обов'язково вказуйте Ваше справжнє ім'я та прізвище, а не нікнейм.





ДОДАТОК ДО СИЛАБУСУ ЗНУ – 2023-2024 рр.

**ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ 2023-2024 н. р.** доступний за адресою: <https://tinyurl.com/yckze4jd>.

**АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ.** Студенти і викладачі Запорізького національного університету несуть персональну відповідальність за дотримання принципів академічної доброчесності, затверджених **Кодексом академічної доброчесності ЗНУ**: <https://tinyurl.com/ya6yk4ad>. Декларація академічної доброчесності здобувача вищої освіти (додається в обов'язковому порядку до письмових кваліфікаційних робіт, виконаних здобувачем, та засвідчується особистим підписом): <https://tinyurl.com/y6wzzlu3>.

**НАВЧАЛЬНИЙ ПРОЦЕС ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ.** Перевірка набутих студентами знань, навичок та вмінь (атестації, заліки, іспити та інші форми контролю) є невід'ємною складовою системи забезпечення якості освіти і проводиться відповідно до Положення про організацію та методик проведення поточного та підсумкового семестрового контролю навчання студентів ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9tve4lk>.

**ПОВТОРНЕ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІН, ВІДРАХУВАННЯ.** Наявність академічної заборгованості до 6 навчальних дисциплін (в тому числі проходження практики чи виконання курсової роботи) за результатами однієї екзаменаційної сесії є підставою для надання студенту права на повторне вивчення зазначених навчальних дисциплін. Порядок повторного вивчення визначається Положенням про порядок повторного вивчення навчальних дисциплін та повторного навчання у ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9pkmmp5>. Підстави та процедури відрахування студентів, у тому числі за невиконання навчального плану, регламентуються Положенням про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів у ЗНУ: <https://tinyurl.com/ycds57la>.

**НЕФОРМАЛЬНА ОСВІТА.** Порядок зарахування результатів навчання, підтверджених сертифікатами, свідоцтвами, іншими документами, здобутими поза основним місцем навчання, регулюється Положенням про порядок визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті: <https://tinyurl.com/y8gbt4xs>.

**ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТІВ.** Порядок і процедури врегулювання конфліктів, пов'язаних із корупційними діями, зіткненням інтересів, різними формами дискримінації, сексуальними домаганнями, міжособистісними стосунками та іншими ситуаціями, що можуть виникнути під час навчання, регламентуються Положенням про порядок і процедури вирішення конфліктних ситуацій у ЗНУ: <https://tinyurl.com/57wha734>. Конфліктні ситуації, що виникають у сфері стипендіального забезпечення здобувачів вищої освіти, вирішуються стипендіальними комісіями факультетів, коледжів та університету в межах їх повноважень, відповідно до: Положення про порядок призначення і виплати академічних стипендій у ЗНУ: <https://tinyurl.com/yd6bq6p9>; Положення про призначення та виплату соціальних стипендій у ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9r5dpwh>.

**ПСИХОЛОГІЧНА ДОПОМОГА.** Телефон довіри практичного психолога Марти ІриниВадимівни (061)228-15-84, (099)253-78-73 (щоденно з 9 до 21).

**УПОВНОВАЖЕНА ОСОБА З ПИТАНЬ ЗАПОБІГАННЯ ТА ВИЯВЛЕННЯ КОРУПЦІЇ**  
Запорізького національного університету: **Борисов Костянтин Борисович**  
Електронна адреса: [uv@znu.edu.ua](mailto:uv@znu.edu.ua) Гаряча лінія: Тел. (061) 228-75-50



**РІВНІ МОЖЛИВОСТІ ТА ІНКЛЮЗИВНЕ ОСВІТНЄ СЕРЕДОВИЩЕ.** Центральні входи усіх навчальних корпусів ЗНУ обладнані пандусами для забезпечення доступу осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення. Допомога для здійснення входу у разі потреби надається черговими охоронцями навчальних корпусів. Якщо вам потрібна спеціалізована допомога, будь-ласка, зателефонуйте (061) 228-75-11 (начальник охорони). Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення у ЗНУ: <https://tinyurl.com/ydhcsagx>.

**РЕСУРСИ ДЛЯ НАВЧАННЯ.** Наукова бібліотека: <http://library.znu.edu.ua>. Графік роботи абонементів: понеділок – п'ятниця з 08.00 до 16.00; вихідні дні: субота і неділя.

**ЕЛЕКТРОННЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАННЯ (MOODLE):** <https://moodle.znu.edu.ua>

Якщо забули пароль/логін, направте листа з темою «Забув пароль/логін» за адресою: [moodle.znu@znu.edu.ua](mailto:moodle.znu@znu.edu.ua).

У листі вкажіть: прізвище, ім'я, по-батькові українською мовою; шифр групи; електронну адресу. Якщо ви вказували електронну адресу в профілі системи Moodle ЗНУ, то використовуйте посилання для відновлення паролю <https://moodle.znu.edu.ua/mod/page/view.php?id=133015>.

**Центр інтенсивного вивчення іноземних мов:** <http://sites.znu.edu.ua/child-advance/>

**Центр німецької мови, партнер Гете-інституту:** <https://www.znu.edu.ua/ukr/edu/ocznu/nim>

**Школа Конфуція (вивчення китайської мови):** <http://sites.znu.edu.ua/confucius>