**Управління дослідженнями ринку**

**Викладач:** *кандидат економічних наук, доц. Чкан А.С.*

**Кафедра:** *бізнес-адміністрування і менеджменту ЗЕД, VІ корпус, ауд. 108*

**E-mail:** *chkan/anna@gmail.com*

**Телефон:** *(066) 390-22-05*

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

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Освітня програма, рівень вищої освіти:** | | «Менеджмент ЗЕД», «Менеджмент міжнародного бізнесу», «Менеджмент організацій», «Менеджмент ГКТС»  бакалавр | | | | | |
| **Статус дисципліни:** | | Нормативна | | | | | |
| **Кредити ECTS** |  | **Навч. рік:** | 2022-2023 | **Рік навчання** | 3 | **Тижні** | 14 |
| **Кількість годин** |  | **Кількість змістових модулів[[1]](#footnote-1)** | 4 | **Лекційні заняття** – 14  **Практичні заняття** – 14  **Самостійна робота** – 106 | | | |
| **Вид контролю:** | | Залік | |  | | | |
| **Посилання на курс в Moodle** | | | https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=11304 | | | | |
| **Консультації:***особисті – вівторок, четвер, з 11:00 до 13:00, VІ корпус, ауд. 108; дистанційні – Zoom, за попередньою домовленістю* | | | | | | | |

**ОПИС КУРСУ**

У комплексі дисциплін маркетингового циклу одне з чільних місць належить предмету «Управління дослідженнями ринку». Адже саме проведення маркетингових досліджень, використання отриманих результатів дозволяють підприємс- твам знайти правильні орієнтири своєї діяльності, досягти максимального рівня задоволення потреб споживачів, а звідси – вирішити власні проблеми. Головною метою дисципліни маркетингового дослідження є виклад принципів, завдань, функцій, методів і алгоритмів збору інформації, аналізу ринку, процесів збуту продукції, вивчення поведінки споживачів, конкурентів та інших ринкових суб’єктів.

Основними завданнями дисципліни «Управління дослідженнями ринку» є: ознайомлення студентів з відповідними поняттями, категоріями, системами та алгоритмами маркетингових досліджень; відпрацювання  практичних навичок проведення  відповідних досліджень; виховання здатності до творчого пошуку напрямів і ресурсів поліпшення маркетингової діяльності підприємств.

Внаслідок вивчення дисципліни студенти повинні знати: місце маркетингу структур управління та функціонування маркетингового середовища; процес управління маркетингом; елементи комплексу маркетингу; маркетингові стратегії фірми та методи визначення цільового ринку; принципи сегментації і позиціювання.

**ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ**

У разі успішного завершення курсу студент зможе:

* аналізувати маркетингове середовище підприємства;
* проводити сегментацію ринків; розробляти комплекс маркетингу: товар, його три рівні, асортимент;
* аналізувати цінову політику підприємства;
* застосовувати методи поширення на ринку;
* формувати комплекс маркетингових комунікацій товару (реклама, стимулювання збуту, особистий продаж, паблік рилейшинз);
* використовувати різні форми та методи маркетингових досліджень;
* визначати споживчі переваги різних асортиментних груп товарів;
* формувати структуру асортименту для конкретного торгівельного підприємства;
* виконувати обробку маркетингової інформації з метою визначення впливу окремих факторів на обсяг продажу.

**ОСНОВНІ НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ**

*Презентації лекцій, плани семінарських занять, методичні рекомендації до практичних та лабораторних робіт.*

https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=11304

**КОНТРОЛЬНІ ЗАХОДИ**

***Поточні контрольні заходи (max 60 балів):***

Поточний контроль передбачає такі ***теоретичні*** завдання:

* Усне опитування і обговорення матеріалу за темами лекцій.
* Підготовка доповідей щодо актуальної, пізнавальної інформації, щодо сучасних бізнес-процесів, криза-менеджменту, діджитал-менеджменту, проактивного управління тощо.
* Короткі тести/завдання за пройденим матеріалом.

Поточний контроль передбачає такі ***практичні*** завдання:

* Вирішення завдань (задач) за тематикою практичних занять.
* Проведення аналізу менеджменту та визначення переваг і недоліків в системі управління, а також формування шляхів удосконалення менеджменту для проаналізованих підприємств.
* Презентація власних досліджень.

***Підсумкові контрольні заходи:***

***Усна відповідь на заліку*** *(max 20 балів) передбачає розгорнуте висвітлення двох питань: теоретичного (max 10 балів) й практичного (max 10 балів). Перелік питань див. на сторінці курсу у Moodle:* https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=11304

***Індивідуальне дослідницьке завдання (ІДЗ)*** *варто обрати тим, хто прагне поглибити власні знання з менеджменту та опанувати сучасні аналітичні методи діяльності підприємств.*

*Орієнтовна тема ІДЗ обирається до 1-ї атестації, теми представлені на сторінці курсу у Moodle:* https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=11304

*Результати ІДЗ можуть стати основою для доповідей на студентських науково-практичних конференціях. Рекомендації до виконання ІДЗ та критерії оцінювання див. на сторінці курсу у Moodle:* https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=11304

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Контрольний захід** | | **Термін виконання** | **% від загальної оцінки** |
| **Поточний контроль (max 60%)** | |  |  |
| *Змістовий модуль 1 (розділ 1)* | *Опитування* | *Семінари 1* | 4 |
| *Тестування* | *Семінари 1,2* | 10 |
| *Змістовий модуль 2 (розділ 2)* | *Опитування* | *Семінар 3* | 3 |
| *Практичне завдання* | *Семінар 3* | 5 |
| *Змістовий модуль 3 (розділ 3)* | *Опитування* | *Семінари 4* | 3 |
| *Практичне завдання* | *Семінари 4* | 5 |
| *Змістовий модуль 4 (розділ 4)* | *Опитування* | *Семінар 5* | 3 |
| *Тестування* | *Семінар 5* | 10 |
| *Змістовий модуль 5 (розділ 5)* | *Опитування* | *Семінари 6* | 4 |
| *Творче практичне завдання* | *Семінари 6* | 5 |
| *Змістовий модуль 6 (розділ 6)* | *Опитування* | *Семінари 7* | 3 |
| *Творче практичне завдання* | *Семінари 7* | 5 |
| **Підсумковий контроль (max 40%)** | |  |  |
| *Підсумкове теоретичне завдання* | |  | 20 |
| *Підсумкове практичне завдання* | |  | **20** |
| **Разом** | |  | **100%** |

**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) | 3 (задовільно) |
| E | 60 – 69 (достатньо) |
| FX | 35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання) | 2 (незадовільно) | Не зараховано |
| F | 1 – 34 (незадовільно – з обов’язковим повторним курсом) |

**РОЗКЛАД КУРСУ ЗА ТЕМАМИ І КОНТРОЛЬНІ ЗАВДАННЯ**

*Визначаючи кількість змістових модулів, необхідно врахувати, що 1 змістовий модуль дорівнює 0,5 кредиту (15 годин). Кількість змістових модулів вираховується за формулою:*

*ЗМ = (ЗКК – 1К) х 2,*

*де ЗМ – змістові модулі, ЗКК – загальна кількість кредитів, 1К – 1 кредит, що відводиться на підсумковий семестровий контроль.*

*Наприклад: (4-1) х 2 = 6, отже, для дисципліни, що розрахована на 4 кредити, необхідно запланувати розподіл на 6 змістових модулів.*

*Кожний змістовий модуль передбачає проведення мінімум 2 контрольних заходів (перший – діагностика засвоєння теоретичного матеріалу (знань), а другий – діагностика практичного досвіду (умінь)).*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Тиждень**  **і вид заняття** | **Тема заняття** | **Контрольне завдання** | **Кількість балів** |
| Змістовий модуль 1. | | | |
| Тиждень 1  Лекція 1 | Значення та процес маркетингових досліджень. |  |  |
| Тиждень 2  Лекція 2  Семінар 1 | Інформаційне забезпечення маркетингових досліджень. | Опитування, дискусія. Самостійна робота: розглянути напрями та етапи проведення маркетингових досліджень |  |
| Змістовий модуль 2. | | | |
| Тиждень 3  Лекція 3 | Дослідження ринку |  |  |
| Тиждень 4  Лекція 4  Семінар 2 | Дослідження конкурентного середовища | Опитування. Визначення місткості та частки ринку. |  |
| Змістовий модуль 3 | | | |
| Тиждень 5  Лекція 5 | Дослідження конкурентів та конкурентоспроможності підприємства |  |  |
| Тиждень 6  Лекція 6  Семінар 3 | Дослідження поведінки споживачів | Опитування. Розробити комплекс дослідження поведінки споживачів обраного підприємства у формі ділової гри. | 8 |
| Змістовий модуль 4. | | | |
| Тиждень 7  Лекція 7 | Маркетингові дослідження підприємства |  |  |
| Тиждень 8  Лекція 8  Семінар 4 | Прогнозні дослідження збуту | Опитування. Побудува матриі конкуренції (матрицю Портеру). |  |
| Змістовий модуль 4. | | | |
| Тиждень 9  Лекція 9 | Інноваційний менеджмент |  |  |
| Тиждень 10  Лекція 10  Семінар 5 | Інвестиційний менеджмент | Опитування. Теоретично сформувати об’єкт інновацій, який удосконалить діяльність сучасного підприємства. | 13 |
| Змістовий модуль 5. | | | |
| Тиждень 11  Лекція 11 | Планування в менеджменті |  |  |
| Тиждень 12  Лекція 12  Семінар 6 | Планування в менеджменті | Опитування. Дослідити об’єкти інвестування та визначити, в які з них доцільно вкладати кошти. | 9 |
| Змістовий модуль 6. | | | |
| Тиждень 13  Лекція 13 | Контроль як загальна функція менеджменту |  |  |
| Тиждень 14  Лекція 14  Семінар 7 | Контроль як загальна функція менеджменту | Опитування. Сформувати бізнес - план для підприємства, що функціонує або створюється у сучасних умовах. | 8 |

**ОСНОВНІ ДЖЕРЕЛА**

**Основна**

1. Анури В. Ф. Маркетинговые исследования потребительского

рынка: уник. отечественный опыт: учеб. пособ. / В. Ф. Анури, И. И. Му- ромкина, Е. В. Евтушенко. – Спб. : Питер, 2004. – 269 с.

2. Божук С.Г. Маркетинговые исследования / С. Г. Божук, Л. Н. Кова- лик. – Спб. : Питер, 2003. – 298 с.

3. Войчак А. В. Маркетингові дослідження: навч. посіб. / А. В. Войчак. – К. : КНЕУ, 2001. – 119 с.

**Додаткова**

4. Мак-Куэрри 3.Ф. Методы маркетингового исследования : учеб. пособ. / З.Ф.Мак-Куэрри. – СПб. : Питер, 2005. – 176 с.

5. Маркетинг: підручник / А. О. Старостіна. – К. : Знання, 2009. – 1070 с.

6. Маркетинг : підручник / В. Руделіус [та ін.] ; ред.-упроряд. О. І. Сидо- ренко ; П. С. Редько ; наук. ред.: Ю. О. Клочко, Т. В. Гавриленко. – К. : навч.- метод. центр «Консорціум із удоскон. менеджмент-освіти в Україні», 2005. – 422 с.

7. Моделювання та інформаційні системи в економіці: міжвід. наук. зб. / Відп. ред. М.Г. Твердохліб.– К. : КНЕУ, 2003. – Вип. 69. – 167 с.

8. Оснач О. Ф. Промисловий маркетинг: підручник / О. Ф. Оснач,

В. П. Пилипчук, Л. П. Коваленко. – К. : Центр учбової літ-ри, 2011. – 364 с.

9. Полторак В. А. Маркетингові дослідження: навч. посіб.

/ В. А. Полторак. – К. : Центр навч. літератури, 2003. – 386 с.

10. Райко Д.В. Маркетинговые исследования: учеб. пособ.

/ Д.В. Райко. – Х. : НТУ «ХПИ», 2004. – 116 с.

11. Інтернет-ресурс:

http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/ (журнал Маркетинг в Україні); http://mr.com.ua/ (Журнал Маркетинг і реклама)

marketing.web-standart.net (Журнал Практический маркетинг и маркетин- говые исследования)

marketingpro.ru ( Журнал Маркетинг PRO).

**РЕГУЛЯЦІЇ І ПОЛІТИКИ КУРСУ[[2]](#footnote-2)**

**Відвідування занять. Регуляція пропусків.**

*Інтерактивний характер курсу передбачає обов’язкове відвідування практичних занять. Студенти, які за певних обставин не можуть відвідувати практичні заняття регулярно, мусять впродовж тижня узгодити із викладачем графік індивідуального відпрацювання пропущених занять. Окремі пропущенні завдання мають бути відпрацьовані на найближчій консультації впродовж тижня після пропуску. Відпрацювання занять здійснюється усно у формі співбесіди за питаннями, визначеними планом заняття. В окремих випадках дозволяється письмове відпрацювання шляхом виконання індивідуального письмового завдання.*

*Студенти, які станом на початок екзаменаційної сесії мають понад 70% невідпрацьованих пропущених занять, до відпрацювання не допускаються.*

**Політика академічної доброчесності**

*Усі письмові роботи, що виконуються слухачами під час проходження курсу, перевіряються на наявність плагіату за допомогою спеціалізованого програмного забезпечення UniCheck. Відповідно до чинних правових норм, плагіатом вважатиметься: копіювання чужої наукової роботи чи декількох робіт та оприлюднення результату під своїм іменем; створення суміші власного та запозиченого тексту без належного цитування джерел; рерайт (перефразування чужої праці без згадування оригінального автора). Будь-яка ідея, думка чи речення, ілюстрація чи фото, яке ви запозичуєте, має супроводжуватися посиланням на першоджерело. Приклади оформлення цитувань див. на Moode:* [*https://moodle.znu.edu.ua/mod/resource/view.php?id=103857*](https://moodle.znu.edu.ua/mod/resource/view.php?id=103857)

*Виконавці індивідуальних дослідницьких завдань обов’язково додають до текстів своїх робіт власноруч підписану Декларацію академічної доброчесності (див. посилання у Додатку до силабусу).*

*Роботи, у яких виявлено ознаки плагіату, до розгляду не приймаються і відхиляються без права перескладання. Якщо ви не впевнені, чи підпадають зроблені вами запозичення під визначення плагіату, будь ласка, проконсультуйтеся з викладачем.*

*Висока академічна культура та європейські стандарти якості освіти, яких дотримуються у ЗНУ, вимагають від дослідників відповідального ставлення до вибору джерел. Посилання на такі ресурси, як Wikipedia, бази даних рефератів та письмових робіт (Studopedia.org та подібні) є неприпустимим. Рекомендовані бази даних для пошуку джерел:*

*Електронні ресурси Національної бібліотеки ім. Вернадського:* <http://www.nbuv.gov.ua>

*Цифрова повнотекстова база даних англомовної наукової періодики JSTOR:* <https://www.jstor.org/>

**Використання комп’ютерів/телефонів на занятті**

*Використання мобільних телефонів, планшетів та інших гаджетів під час лекційних та практичних занять дозволяється виключно у навчальних цілях (для уточнення певних даних, перевірки правопису, отримання довідкової інформації тощо). Будь ласка, не забувайте активувати режим «без звуку» до початку заняття.*

*Під час виконання заходів контролю (термінологічних диктантів, контрольних робіт, іспитів) використання гаджетів заборонено. У разі порушення цієї заборони роботу буде анульовано без права перескладання.*

**Комунікація**

*Базовою платформою для комунікації викладача зі студентами є Moodle.*

*Важливі повідомлення загального характеру – зокрема, оголошення про терміни подання контрольних робіт, коди доступу до сесій у Cisco Webex та ін. – регулярно розміщуються викладачем на форумі курсу. Для персональних запитів використовується сервіс приватних повідомлень. Відповіді на запити студентів подаються викладачем впродовж трьох робочих днів. Для оперативного отримання повідомлень про оцінки та нову інформацію, розміщену на сторінці курсу у Moodle, будь ласка, переконайтеся, що адреса електронної пошти, зазначена у вашому профайлі на Moodle, є актуальною, та регулярно перевіряйте папку «Спам».*

*Якщо за технічних причин доступ до Moodle є неможливим, або ваше питання потребує термінового розгляду, направте електронного листа з позначкою «Важливо» на адресу* [*tupakhina@znu.edu.ua*](mailto:tupakhina@znu.edu.ua)*. У листі обов’язково вкажіть ваше прізвище та ім’я, курс та шифр академічної групи.*

**ДОДАТОК ДО СИЛАБУСУ ЗНУ – 2020-2021**

***ГРАФІК НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ 2020-2021 н. р. (гіперпосилання на сторінку сайта)***

***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>.

***ОСВІТНІЙ 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 методику 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/ycyfws9v>. 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>.

***ЗАПОБІГАННЯ КОРУПЦІЇ.*** Уповноважена особа з питань запобігання та виявлення корупції (Воронков В. В., 1 корп., 29 каб., тел. +38 (061) 289-14-18).

***ПСИХОЛОГІЧНА ДОПОМОГА.*** Телефон довіри практичного психолога (061)228-15-84 (щоденно з 9 до 21).

***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 17.00; субота з 09.00 до 15.00.

***ЕЛЕКТРОННЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАННЯ (MOODLE): HTTPS://MOODLE.ZNU.EDU.UA***

Якщо забули пароль/логін, направте листа з темою «Забув пароль/логін» за адресами:

· для студентів ЗНУ - moodle.znu@gmail.com, Савченко Тетяна Володимирівна

· для студентів Інженерного інституту ЗНУ - alexvask54@gmail.com, Василенко Олексій Володимирович

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.

1. **1 змістовий модуль = 15 годин (0,5 кредита EСTS)** [↑](#footnote-ref-1)
2. **Тут зазначається все, що важливо для курсу: наприклад, умови допуску до лабораторій, реактивів і т.д. Викладач сам вирішує, що треба знати студенту для успішного проходження курсу!** [↑](#footnote-ref-2)