

Повна назва: Технології маркетингових досліджень

Статус: Додаткові освітні послуги

Мета: ознайомити студентів з технологіями маркетингових досліджень, в тому числі процесом збору, обробки і аналізу даних, а також управління ними, інтерпретацією результатів у вигляді висновків і рекомендацій.

Обсяг, методики, і технології викладання дисципліни:

Тематичний план дисципліни «Технології маркетингових досліджень» складається з трьох змістових модулів, кожен з яких поєднує в собі відносно окремий самостійний блок дисципліни, який логічно пов'язує кілька навчальних елементів дисципліни за змістом і взаємозв'язками.

Для визначення рівня засвоєння слухачами навчального матеріалу використовуються такі форми та методи навчання:

1) лекційні заняття, на яких викладається теоретичний матеріал, наводяться практичні приклади; заняття проводяться з використанням технічних та програмних засобів;

2) семінарські заняття, що передбачають підготовку теоретичних та практичних питань з технології маркетингових досліджень та їх обговорення в аудиторії;

3) консультації, які проводяться з метою допомоги студентам у виконанні їх індивідуальних завдань та роз'яснення окремих розділів теоретичного матеріалу, відпрацювання студентами пропущених занять.

Структура навчальної дисципліни

№ з/п	Назви розділів та тем	Всього	За формами занять, годин		
			Аудиторні		Самостійна робота студента
			лекційні	семінарські	
Змістовий модуль 1. Маркетинг та маркетингові дослідження					
1	Організаційні основи маркетингових досліджень	11	2	4	5
2	Маркетингові дослідження та інформаційне забезпечення маркетингу	11	2	4	5
3	Міжнародні маркетингові дослідження	11	2	4	5
	Разом за змістовим модулем 1	33	6	12	15
Змістовий модуль 2. Система маркетингових досліджень: методи і технологічні засади організації					
4	Програмування й організація маркетингового дослідження	11	2	4	5
5	Загальна класифікація методів збору інформації в маркетинговому дослідженні	13	4	4	5
6	Підготовка та презентація результатів маркетингового дослідження	11	2	4	5
	Разом за змістовим модулем 2	35	8	12	15
Змістовий модуль 3. Характеристика напрямків маркетингових досліджень					
7	Маркетингові дослідження ринку	11	2	4	5
8	Прогнозні дослідження збуту	11	2	4	5
9	Маркетингові дослідження конкуренції та	11	2	4	5

	конкурентів				
10	Вивчення поведінки споживачів	11	2	4	5
11	Дослідження конкурентоспроможності підприємства	11	2	4	5
12	Маркетингові дослідження брендів.	7	2		5
13	Маркетингові дослідження у сфері послуг	11	2	4	5
	Творчо-пошукова робота	24			24
	Разом за змістовим модулем 3	97	14	24	59
	Всього	165	28	48	89

Знання та навички: студенти повинні

знати:

- сутність методології та методики маркетингових дослідження ринку, споживчої поведінки, конкурентоспроможності підприємств;
- базові технології маркетингових досліджень;
- особливості здійснення прогнозування споживчої активності та результатів конкурентної боротьби в соціологічному забезпеченні процесу маркетингу.

вміти:

- інтерпретувати науково встановлені соціальні факти, за допомогою конкретних маркетингових соціологічних досліджень, що характеризують економічне життя українського суспільства;
- розпізнавати, розуміти та оцінювати ефективність використання різних методів маркетингових досліджень;
- вільно орієнтуватися у базових технологіях дослідження споживчої поведінки;
- здійснити аналіз ефективності організації та проведення маркетингового дослідження.

Кількість годин (кількість кредитів ЄКТС): На вивчення навчальної дисципліни відводиться 165 годин / 5,5 кредитів ECTS.

Види робіт: Контроль за рівнем засвоєння матеріалу та знань студентів проводиться у таких формах: виконання індивідуальних завдань; виконання самостійних письмових аудиторних робіт; усні відповіді на семінарських заняттях; іспит.

Протягом триместру здійснюється поточний та підсумковий контроль. Поточний контроль здійснюється під час захисту індивідуальних завдань, перевірки самостійних робіт, надання відповідей біля дошки, перевірки виконаних творчо-пошукових завдань. Підсумковий контроль з дисципліни «Технології маркетингових досліджень» проводиться відповідно до навчального плану у вигляді іспиту в 14 триместрі, в терміни, встановлені графіком навчального процесу та в обсязі навчального матеріалу.

Оцінювання:

Форма контролю	Максимальна оцінка одиниці контролю	Кількість заходів	Сума балів
Доповідь на сем. заняттях	5	2	10
Опитування на сем. заняттях	5	6	30

Творчо-пошукова робота	10	1	10
Виконання письмової самостійної роботи	10	2	10
Загальна кількість балів			60
Іспит			40
Всього за триместр			100

Викладач:

Рожанська Наталя Володимирівна, кандидат соціологічних наук, доцент кафедри соціології ЧНУ ім. Петра Могили. Стаж педагогічної діяльності – 8 років. Кількість виданих наукових праць – більше 20. В 2012 році захищено дисертацію на здобуття наукового ступеня кандидата наук зі спеціальності 22.00.04 – Спеціальні та галузеві соціології. Тема дисертації: «Соціально-гуманітарна освіта як чинник демократизації українського суспільства». Сфера наукових інтересів – соціологія освіти, соціальна психологія, профорієнтаційна робота.