

SYLLABUS

INTERNATIONAL EUROPEAN
UNIVERSITY



EUROPEAN SCHOOL
OF BUSINESS

Маркетингові дослідження
ОП «Цифровий маркетинг»

2024



SYLLABUS



1	Назва курсу та освітньої програми
	Маркетингові дослідження ОП «Цифровий маркетинг»
2	Опис курсу
	Навчальна дисципліна «Маркетингові дослідження» є теоретичною основою сукупності знань та вмінь, що формують профіль фахівця в області маркетингу. В процесі вивчення дисципліни здобувачами вищої освіти аналізуються існуючі внутрішні чи зовнішні маркетингові проблеми, наявні
3	Передумови вивчення
	Навчальна дисципліна «Маркетингові дослідження» базується на знаннях таких дисциплін як «Маркетинг», «Соціологія та психологія», «Статистика», «Економічна теорія», «Маркетингові комунікації».
4	Обсяг кредитів/годин
	4 кредити ЄКТС / 120 академічних годин
5	Формат навчання
	Змішане навчання
6	Розташування класної кімнати
	https://dist.ieu.edu.ua/course/view.php?id=675
7	ПІБ викладача
	Панченко Ольга Вікторівна , доктор філософії, доцент кафедри менеджменту, фінансів та бізнес-адміністрування
8	Кафедра
	Кафедра менеджменту, фінансів та бізнес-адміністрування:





SYLLABUS



9 Місцезнаходження офісу

м. Київ, пр-т Академіка Глушкова, 42 В, каб. 511

10 Консультування

Щовівторка з 14:00 до 15:30 з попереднім записом через корпоративну пошту

11 E-mail викладача

olharanchenko@ieu.edu.ua

12 Цілі курсу

Метою викладання навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження» полягає у формуванні системи теоретичних знань і практичних навичок щодо організації та проведення маркетингових досліджень.

13 Роль навчальної дисципліни у досягненні програмних результатів

ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

14 Результати навчання

Після опанування дисципліни студент повинен

знати:

- сутність та завдання маркетингу як навчальної дисципліни, прикладної функції сучасного підприємництва та науки;
- роль маркетологів у діяльності підприємств;
- тенденції розвитку концепцій маркетингу;
- функції та завдання основних підрозділів маркетингових служб та окремих працівників;
- законодавство України з питань маркетингу;
- вимоги роботодавців до працівників маркетингових спеціалізацій;
- маркетингову діяльність підприємства із використанням інструментів традиційного та цифрового маркетингу.

уміти:

- розкрити сутність поняття маркетингу та його основних категорій;
- розкрити сутність розвитку концепцій маркетингу;
- застосовувати законодавство України з питань маркетингу;
- аналізувати ринок праці у сфері маркетингу;
- обґрунтувати роль маркетологів у діяльності підприємств;
- охарактеризувати різні види маркетингу;
- розуміти кваліфікаційні вимоги роботодавців до сучасного маркетолога.

15

Зміст курсу

- Тема 1. Система маркетингових досліджень
- Тема 2. Маркетингова інформація
- Тема 3. Методи збору первинної інформації
- Тема 4. Розробка опитувального листка
- Тема 5. Структура і процес маркетингових досліджень
- Тема 6. Визначення місткості ринку та його сегментів
- Тема 7. Дослідження кон'юнктури ринку
- Тема 8. Дослідження поведінки споживачів
- Тема 9. Дослідження конкурентного середовища і конкурентів
- Тема 10. Маркетингові дослідження внутрішнього середовища підприємства
- Тема 11. Маркетингові дослідження брендів
- Тема 12. Інформаційне забезпечення маркетингових досліджень

16

Книги та матеріали

1. Косар Н. С., Мних О. Б., Крикавський Є. В., Леонова С. В. Маркетингові дослідження. Підручник. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2018. 460 с.
2. Полторак В., Тараненко І., Красовська О. Маркетингові дослідження: навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури. 2022 р. 356 с.
3. Барабанова В.В. Маркетингові дослідження: навч. посібник. Кривий Ріг: ДонНУЕТ. 2020. 136 с.
4. Міжнародний кодекс практики маркетингових і соціологічних досліджень ESOMAR <https://esomar.org/>
5. Адель Світвуд Маркетингова аналітика. Як підтримати інтуїцію даними (переклад). К.: Наш Формат. 2019. 152 с.

17

Технічні вимоги для роботи на курсі

Для роботи на курсі «Маркетингові дослідження», вам необхідний регулярний доступ до комп'ютера (чи телефону) та інтернету.

Для успішного вивчення та складання іспиту з навчального курсу, вам необхідно спочатку ознайомитись із дистанційною платформою (Moodle або Classroom) та вивчити всі папки, на яких вже є або поетапно розміщені інформація або матеріали для вивчення курсу. Також потрібно буде завантажувати та створювати документи, переглядати відео або ж створювати його.

Можливість використовувати дистанційні платформи можливо тільки з використанням корпоративної пошти.

При неможливості зайти на курс, вам необхідно повідомити деканат або старосту або ж безпосередньо викладача курсу.

18

Процес навчання

Процес вивчення курсу «Маркетингові дослідження» містить і собі лекції та практичні заняття.

Під час лекцій будуть використовуватись такі методи навчання, як лекція, лекція-бесіда, дискусія, обговорення проблемних питань, демонстрація, аналіз різних ситуацій відповідно до теми лекцій.

Під час практичних занять будуть використовуватись такі методи навчання, як опитування, тестування, виконання індивідуальних та командних завдань, кейсів, підготовка доповідей та презентацій, виконання аналітично-розрахункових робіт, вирішених конкретних задач та ситуацій, мозковий штурм (мозкова атака, брейнстормінг).



19

Ознаки дисципліни

Термін викладання	Семестр	Міжнародна дисциплінарна інтеграція	Курс рік (навчання)	Цикли: загальної підготовки/ професійної підготовки/ вільного вибору
1 семестр	5 семестр	так	3 курс	Цикл професійної підготовки

20

Політика оцінювання

У вас будуть різні способи продемонструвати свої знання і навички протягом семестру. Це включає в себе те, як відвідуєте заняття, як і що ви вносите в обговорення в класі, як виконуєте і чи вчасно виконуєте практичні завдання та тести, як виконуєте завдання з самостійної роботи, вміння презентувати свою доповідь. Додатково надається можливість виконання ІНДЗ, яке виконується індивідуально або невеликою групою у вигляді студентської наукової роботи.

Діяльність протягом семестру	Максимальна кількість балів протягом семестру
Поточна робота (відвідування, усне опитування, вирішення розрахункових задач та завдань, ситуаційних вправ)	15
Доповіді з презентацією (3 шт.)	10
Тести (4 шт.)	10
Модульна контрольна робота (2 шт.)	15
ІНДЗ (допуск до іспиту)	10
Разом	60

21

Шкала оцінювання

Мінімальна кількість балів, яку повинен набрати здобувач освіти за поточну навчальну діяльність за семестр для допуску до підсумкового контролю – 36 балів. Оцінка за дисципліну визначається як сума підсумкового балу за поточну діяльність та балу за підсумковий контроль і виражається за багатобальною шкалою.

Оцінка з дисципліни, яка завершується іспитом, визначається як сума балів за поточну навчальну діяльність (не менше 36), бали за індивідуальну самостійну роботу здобувача освіти (не більше 6) та балів за іспит (не менше 24).

Загальний бал з дисципліни становить 100. Сумарна оцінка за вивчення дисципліни виставляється за національною та європейською шкалою.

Підсумковий контроль у формі іспиту проводиться після завершення вивчення усіх тем дисципліни і складається здобувачами освіти у період залікової сесії.

Загальна підсумкова оцінка в балах, за національною шкалою та за шкалою ЄКТС заноситься до заліково-екзаменаційної відомості, навчальної картки та залікової книжки студента.

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90-100	A	відмінно	Зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
66-73	D	Задовільно	
60-65	E		
30-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1-29	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

QR Code:



Щоб перевірити свої оцінки за завдання та прочитати коментарі викладача, ви повинні перевірити відповідні вкладки дистанційних платформ навчання Moodle.

Також отримати інформацію про отримані оцінки ви можете безпосередньо у викладача курсу через корпоративну пошту або ж за попереднім записом у дні надання консультацій (каб. 505).

Для продуктивної навчально-пізнавальної діяльності студентів при вивченні дисципліни здійснюються актуальні лекції та семінари у вигляді презентацій, робота в групах, семінарів-дискусій.

На заняттях та під час перебування в університеті студент повинен поважно ставитися до викладачів, співробітників та інших студентів, відвідувати заняття згідно з розкладом, приходити вчасно і не залишати аудиторії без дозволу викладача. Необхідно виконувати всі академічні завдання і роботи у визначені терміни.

Викладач, у свою чергу повинен постійно підвищувати свій професійний рівень, педагогічну майстерність, загальну культуру, забезпечувати умови для засвоєння студентами навчальних програм на рівні обов'язкових вимог щодо змісту, рівня та обсягу освіти, сприяти всебічному професійному розвитку студентів.



SYLLABUS



24

Шкала оцінювання

Обов'язково дотримуватися навчально-тематичного плану, не спізнюватися на занятт. не допускати жодних проявів корупції, дискримінації, булінгу, цькування та утиску прав здобувачів освіти.

Студент, який з **поважних причин**, підтверджених документально, не підлягав поточному контролю має право пройти поточний контроль у **двотижневий термін** після повернення до навчання.

Студент, що був відсутній на заняттях **без поважних причин**, не брав участі у заходах поточного контролю, не ліквідував академічну заборгованість, не допускається до підсумкового семестрового контролю знань з цієї дисципліни, а в день складання іспиту в екзаменаційній відомості науково-педагогічним працівником виставляється оцінка «недопущений». Повторне складання іспиту з дисципліни призначається за умови виконання всіх видів навчальної, самостійної (індивідуальної) роботи, передбачених робочою навчальною програмою дисципліни, і проводиться згідно із затвердженим директором графіком ліквідації.

QR Code:



Всі учасники освітнього процесу керуються принципами академічної доброчесності.

QR Code:



25

Виконання завдання з запізненням, виправлення оцінок, відпрацювання

Завдання мають бути надіслані через Moodle до термінів завершення, зазначених у розкладі курсу на нашому сайті. Більшість завдань мають бути виконані до 09:00 у день чергового заняття, щоб узгодити їх зі змістом курсу та діяльністю в групі. Найкращою практикою буде виконувати завдання якомога швидше після отримання, щоб у вас було достатньо часу для активної участі на заняттях.

Якщо вам потрібно більше часу для виконання завдання, доступні гнучкі терміни. Виконані завдання приймаються до повного заліку до останнього заняття з дисципліни за розкладом, після чого 40% частковий кредит на основі отриманої оцінки буде нараховано протягом тижня після останнього дня занять. Завдання, які взагалі не здавалися, отримують 0.

Якщо ви плануєте пропустити заняття більше ніж на один тиждень через хворобу або з інших причин, будь ласка, зв'яжіться з викладачем, щоб домовитися про альтернативні варіанти виконання завдань.

QR Code:





SYLLABUS



26 Час відповіді викладача

Через корпоративну пошту, впродовж 24 годин.

27 Ефективна комунікація

Ефективна комунікація – це вулиця з двостороннім рухом!!!

Тому основні рекомендації до ефективної комунікації – це корпоративна електронна пошта на пряму із викладачем курсу; це особиста комунікація із однокласниками через соціальні мережі/корпоративні пошти/мобільні телефони; це комунікація безпосередньо на курсі дистанційних платформ Moodle; це очна зустріч із викладачем у дні консультацій.

28 Політика публікації та розповсюдження матеріалів курсу

Студенти не можуть розміщувати, публікувати, продавати або іншим чином публічно поширювати матеріали курсу без письмового дозволу викладача.

Такі матеріали включають, але не обмежуються: конспекти лекцій, слайди лекцій, відео чи аудіозаписи, завдання, набори задач, іспити, роботи інших студентів і ключі відповідей.

Студенти, які продають, розміщують, публікують або розповсюджують матеріали курсу без письмового дозволу з метою отримання відповідей чи іншим чином, можуть бути притягнуті до дисциплінарної відповідальності, аж до вимоги відмовитися від навчання. Крім того, студенти не можуть робити відео- чи аудіозаписи занять для власного використання без письмового дозволу викладача.

29 Очікуване навантаження та залученість студентів

На роботу в цьому курсі слід виділити окремі години для самостійного опрацювання деяких матеріалів лекцій відповідно до тематики курсу (приблизно 5-6 годин на тиждень).

Якщо виникнуть обставини, що змушують вас витратити більше часу на якусь з завдань, проінформуйте викладача електронною поштою.

Продовження терміну здачі можливо лише за умови, що викладач попередньо проінформований про те, що ви не зможете здати завдання вчасно. Очікується, що студенти мають резервний план на випадок несправності комп'ютера або перебоїв у роботі Інтернету.

30 Служби підтримки

Електронний розклад
Бібліотека
Куратор
Репозиторій
Деканат

Назва теми лекції	Практичні заняття
Тема 1. Система маркетингових досліджень	1. <i>Усне опитування</i> 2. <i>Практичні завдання</i>
Тема 2. Маркетингова інформація	3. <i>Домашні завдання</i> 4. <i>Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення</i> 5. <i>Написання доповіді</i> 6. <i>Тести</i>
Тема 3. Методи збору первинної інформації	1. <i>Усне опитування</i> 2. <i>Розв'язування практичних завдань</i> 3. <i>Домашні завдання</i> 4. <i>Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення</i> 5. <i>Тести</i>
Тема 4. Розробка опитувального листка	1. <i>Усне опитування</i> 2. <i>Розв'язування практичних завдань</i> 3. <i>Домашні завдання</i> 4. <i>Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення</i> 5. <i>Тести</i>
Тема 5. Структура і процес маркетингових досліджень	1. <i>Усне опитування</i> 2. <i>Розв'язування практичних завдань</i> 3. <i>Домашні завдання</i> 4. <i>Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення</i> 5. <i>Тести</i>
Тема 6. Визначення місткості ринку та його сегментів	1. <i>Усне опитування</i> 2. <i>Розв'язування практичних завдань</i> 3. <i>Домашні завдання</i> 4. <i>Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення</i> 5. <i>Контрольна робота</i>
Тема 7. Дослідження кон'юнктури ринку	1. <i>Усне опитування</i> 2. <i>Розв'язування практичних завдань</i> 3. <i>Домашні завдання</i> 4. <i>Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення</i> 5. <i>Презентація доповідей</i>
Тема 8. Дослідження поведінки споживачів	1. <i>Усне опитування</i> 2. <i>Розв'язування практичних та ситуаційних завдань</i> 3. <i>Домашні завдання</i> 4. <i>Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення</i> 5. <i>Тести</i>
Тема 9. Дослідження конкурентного середовища і конкурентів	1. <i>Усне опитування</i> 2. <i>Розв'язування практичних та ситуаційних завдань</i> 3. <i>Домашні завдання</i> 4. <i>Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення</i> 5. <i>Тести</i>
Тема 10. Маркетингові дослідження внутрішнього середовища підприємства	1. <i>Розв'язування практичних та ситуаційних завдань</i> 2. <i>Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення</i>
Тема 11. Маркетингові дослідження брендів	3. <i>Контрольна робота</i>
Тема 12. Інформаційне забезпечення маркетингових досліджень	4. <i>Захист індивідуальних завдань</i>



SYLLABUS



32

Поради з успішного навчання на курсі

Якщо Ви бажаєте успішно засвоїти цей предмет, необхідно бути:

- наполегливим, уважним і допитливим;
- креативним і життєрадісним, відкритим для спілкування та дискусій;
- готовим отримувати інформацію і знання з предмету не лише на лекціях, а й у позааудиторний час.

До зустрічі!