

Назва курсу

Маркетингові дослідження

Інформація про курс

Рівень вищої освіти:

ОП «Маркетинг» перший (бакалаврський) рівень освіти

Спеціальність:

D5 (075) «Маркетинг»

Назва освітньої програми:

ОП «Маркетинг»

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 та можливості.

Набуття студентами теоретичних знань та практичних навичок щодо організації, планування, проведення та використання результатів маркетингових досліджень для прийняття обґрунтованих управлінських рішень у сфері маркетингової діяльності підприємства.

Курс забезпечує студентів систематичним підходом до збору, обробки, аналізу та інтерпретації ринкової інформації. Він навчає майбутніх фахівців перетворювати невизначеність на чіткі дані для прийняття ефективних рішень.

Передумови вивчення (попередні вимоги):

OK 7 Вища та прикладна математика
OK 12 Статистика
OK 14 Товарознавство і маркетингова товарна політика
OK 17 Фінанси, гроші та кредит
OK 22 Маркетинг

Обсяг кредитів/годин:

3 кредити ЄКТС/ 90 год., у т. ч. лекцій –16, семінарських – 16, практичних, самостійної роботи – 58

Ознаки дисципліни

Термін викладання	Семестр	Міжнародна дисциплінарна інтеграція	Курс рік (навчання)	Цикли: загальної підготовки/ професійної підготовки/ вільного вибору
1 семестр	8 семестр	так	1 курс	Цикл професійної підготовки

Формат навчання:

Змішане навчання

Розташування класної кімнати:

<https://dist.ieu.edu.ua/course/view.php?id=675>

Інформація про викладача

Прізвище та ім'я викладача:

Панченко Ольга Вікторівна, доктор філософії, доцент, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та бізнес-адміністрування

Кафедра

Кафедра менеджменту, маркетингу та бізнес-адміністрування

**Місцезнаходження офісу:**

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

Графік роботи та консультування:

Щопонеділка з 15:00 до 16:00 з попереднім записом через корпоративну пошту

Електронна пошта викладача:

olhapanchenko@ieu.edu.ua

Цілі курсу / Результати навчання

Цілі курсу

Головна мета вивчення навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження» полягає у формуванні у здобувачів вищої освіти теоретичних знань та практичних навичок щодо організації, планування, проведення, аналізу та використання результатів маркетингових досліджень для забезпечення обґрунтованості та ефективності управлінських рішень у маркетинговій діяльності підприємства.

Цілі курсу передбачають навчання студентів систематичному, науково-орієнтованому підходу до вивчення ринкових процесів та інформаційного забезпечення маркетингу.

Роль навчальної дисципліни у досягненні програмних результатів

Інтегральна компетентність: здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Дисципліна «Маркетингові дослідження» забезпечує формування таких **спеціальних (фахових) компетентностей (СК):**

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності

Вивчення курсу сприяє досягненню таких **програмних результатів навчання (ПРН):**

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.

Результати навчання

Після опанування курсу студент буде, **знати:**

Концептуальні основи та принципи маркетингових досліджень.

Методологічні принципи та інструменти маркетингового дослідження.

Основні етапи та методи збору, обробки та аналізу маркетингової інформації.

Спеціальні маркетингові дослідні методики.

вміти:

Розробляти програму та план маркетингового дослідження.

Сформулювати вибірку та розрахувати її обсяги.

Розробляти анкети та інші інструменти збору даних.

Проводити окремі види маркетингових досліджень (ринку, споживачів, конкурентів).

Аналізувати отримані дані та робити обґрунтовані висновки.

Готувати підсумковий звіт та надавати рекомендації для прийняття управлінських рішень.

Зміст курсу

Розділ 1. Теоретичні основи та інформаційне забезпечення маркетингових досліджень

Тема 1.1. Система маркетингових досліджень.

Маркетингова інформація.

Тема 1.2. Методи збору первинної та вторинної інформації.

Тема 1.3. Структура і процес маркетингових досліджень.

Тема 1.4. Визначення місткості ринку та його сегментів.

Дослідження кон'юнктури ринку.



Розподіл
годин

Розділ 2. Дослідження ключових об'єктів маркетингового середовища

Тема 2.1. Дослідження поведінки споживачів.

Тема 2.2. Дослідження конкурентного середовища і конкурентів.

Тема 2.3 Маркетингові дослідження внутрішнього середовища підприємства.

Тема 2.4 Інформаційне забезпечення маркетингових досліджень.

Матеріали курсу та вимоги

Книги та матеріали

1. Полторак В., Тараненко І., Красовська О. Маркетингові дослідження: навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури. 2022 р. 356 с.
2. Букало Н. А. Маркетингові дослідження: курс лекцій. Луцьк: ВНУ імені Лесі Українки, 2023. 108 с.
3. Захарченко П.В., Самойленко А. А, Кулік А. В., Кутліна І. Ю. Маркетингові дослідження. Центр учбової літератури, 2023. 234 р.
4. Полторак В. А., Тараненко І. В., Красовська О. Ю. Маркетингові дослідження: навчальний посібник. 4-те видання, перероблене та доповнене. Центр навчальної літератури, 2022. 356 с.
5. Research And Market. URL: <https://www.researchandmarkets.com/>



Рекомендовані
джерела

Технічні вимоги для роботи на курсі

Для роботи на курсі «Маркетингові дослідження», вам необхідний регулярний доступ до комп'ютера (чи телефону) та інтернету. У системі управління навчальним процесом на платформі Moodle поетапно будуть розміщені інформація або матеріали для вивчення курсу. Також потрібно буде завантажувати та створювати документи, переглядати відео або ж створювати його.

Можливість використовувати корпоративні ресурси Університету надається тільки для акаунтів, пов'язаних з корпоративною поштою.

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

Процес навчання

У процесі вивчення дисципліни використовуються інтерактивні, практикоорієнтовані та проблемно-орієнтовані методи навчання, зокрема:

- **лекційні методи:** проблемна лекція, лекція-бесіда, мультимедійна презентація, аналіз практичних випадків;
- **методи практичної підготовки:** опитування, тестування, виконання індивідуальних і групових завдань, розв'язання кейсових задач, аналіз діагностичних результатів;
- **активні методи:** дискусії, мозковий штурм, робота в малих групах, рольові й ділові ігри, групові тренінги;
- **методи самостійної роботи:** опрацювання наукової літератури, підготовка рефератів, презентацій, есе.

Організація освітнього процесу

- Навчання здійснюється у змішаному форматі (аудиторні заняття та онлайн-робота на платформі Moodle).
- Самостійна робота передбачає: підготовку до занять, виконання практичних завдань, аналіз кейсів, написання есе та звітів, підготовку презентацій.
- Для формування практичних навичок використовується діагностичний інструментарій (тести, опитувальники, проєктивні методики).
- Контактна робота із викладачем: лекції, практичні заняття, консультації.
- Зворотний зв'язок забезпечується через коментарі в Moodle, консультації в аудиторії та онлайн, використання корпоративної пошти.

Політики оцінювання

Сумативне оцінювання

Оцінювання результатів навчання здійснюється за такими складовими:

- **Поточний контроль** – участь у дискусіях, виконання практичних завдань, презентацій, тестів, активність у груповій роботі.
- **Самостійна робота** – виконання індивідуальних завдань (есе, аналіз кейсів, підготовка рефератів і презентацій).
- **Підсумковий контроль** – іспит у формі письмових та усних завдань (теоретичні питання, розв'язання практичного кейсу).



Рубрики оцінювання

Діяльність протягом семестру	Максимальна кількість балів протягом семестру
Поточна навчальна діяльність	40
Самостійна робота	20
Підсумковий контроль	40
Разом	100

Шкала оцінювання

Оцінка за дисципліну визначається як сума набраних балів за поточну діяльність у семестрі та балу за підсумковий контроль. Підсумковий контроль проводиться у формі іспиту. Мінімальна кількість балів, яку повинен набрати здобувач освіти за поточну навчальну діяльність за семестр для отримання іспиту – 36 балів.



Про політику та процедури оцінювання

Максимальний бал з дисципліни становить 100.

Сумарна оцінка за вивчення дисципліни виставляється за національною та європейською шкалою (ЄКТС).

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

Як дізнатись свою оцінку:

Щоб перевірити свої оцінки за завдання та прочитати коментарі викладача, ви повинні перевірити відповідні вкладки дистанційної платформи 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. 511).

Політики курсу

Загальні настанови

Під час занять і перебування в університеті **здобувачі зобов'язані** дотримуватись норм академічної етики: проявляти повагу до викладачів, співробітників і колег, відвідувати заняття відповідно до розкладу, приходити вчасно та не залишати аудиторію без дозволу викладача. Виконання академічних завдань і робіт у встановлені терміни є обов'язковим.

Викладач, зі свого боку, має постійно вдосконалювати професійну компетентність, педагогічну майстерність і загальну культуру, забезпечувати умови для якісного засвоєння освітньої програми, сприяти професійному розвитку здобувачів. Викладач зобов'язаний бути пунктуальним, дотримуватись принципів академічної доброчесності, не допускати проявів корупції, дискримінації, булінгу чи утиску прав здобувачів освіти.



Кодекс етики та
академічної
доброчесності

Відвідування занять та участь в них

Відвідування всіх лекційних і практичних занять є **обов'язковим**. Студент зобов'язаний приходити на заняття вчасно, бути присутнім протягом усього заняття та дотримуватися академічної дисципліни.

Пропуски занять допускаються лише з **поважних причин**, підтверджених документально (лікарняний лист, офіційне звернення тощо). У такому випадку студент має право на відпрацювання пропущеного матеріалу у двотижневий термін після повернення до навчання.

Невідвідування занять без поважних причин або систематичні запізнення можуть бути підставою для недопуску до підсумкового контролю з дисципліни.

Участь у семінарах, дискусіях, практичних вправах та виконання завдань під час занять є складовою поточного контролю і враховується в загальній оцінці з дисципліни. За індивідуальних обставин можуть бути застосовані процедури **гнучкості** (адаптації термінів виконання завдань) та **спеціального розгляду** (винятковий порядок врахування результатів навчальної діяльності) відповідно до політики й процедур оцінювання МЄУ.



Про політику та
процедури оцінювання

Академічна доброчесність

Здобувачі та викладачі зобов'язані дотримуватися принципів академічної доброчесності. Забороняються будь-які прояви плагіату, фабрикації, фальсифікації, списування, використання сторонньої допомоги під час виконання завдань чи складання підсумкового контролю. Порушення академічної доброчесності розглядаються відповідно до внутрішніх положень МЄУ та можуть мати наслідком дисциплінарну відповідальність.



Простір академічної
доброчесності

Виконання завдання з запізненням, виправлення оцінок, відпрацювання

Пам'ятайте, що дедлайни працюють в обидві сторони, і їх дотримання гарантує, що викладачем буде наданий своєчасний зворотний зв'язок щодо ваших завдань, щоб переконатися, що ви не відстаєте від курсу.

Всі види індивідуальних та самостійних робіт є складовою оцінювання і повинні бути здані до визначених викладачем строків, аби забезпечити прозорість та об'єктивність оцінювання результатів навчання. Завдання, подані із запізненням, приймаються, але можуть оцінюватися з пониженням балів.

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.

Завдання, не виконані до завершення семестру без поважних причин, вважаються **академічною заборгованістю**, і студент може бути недопущений до підсумкового контролю.

Повторне складання іспиту можливе лише після виконання всіх передбачених видів навчальної та самостійної роботи й проводиться згідно з графіком ліквідації академічної заборгованості.

Якщо студент пропустив терміни через **поважні обставини**, підтвержені документально, він має право скористатися процедурами **гнучкості** або **спеціального розгляду** для продовження дедлайну чи альтернативного виконання завдання. Студент має право на **перегляд отриманої оцінки**: він може звернутися до викладача за роз'ясненнями й коментарями щодо виставлених балів. У разі незгоди з результатом студент може подати **апеляцію** відповідно до порядку, визначеного Положенням про політику і процедури оцінювання МЄУ.



Про політику та
процедури оцінювання

Час відповіді викладача (про перевірку завдань)

Викладач відповідає на звернення студентів, що надійшли через офіційні корпоративні канали комунікації упродовж **24 годин у робочі дні у години робочого часу викладача** (з 9 00 до 18 00 за київським часом) та проводить консультації відповідно до затвердженого графіка.

Оцінки за завдання та поточну роботу публікуються в електронному журналі на платформі Moodle, як правило, протягом **10 робочих днів** після подання виконаного завдання. Результати підсумкового оцінювання оголошуються безпосередньо після перевірки робіт (як правило, на наступний день з дати проведення контролю).

Кожен студент має право отримати **індивідуальний коментар** до своєї роботи з поясненням сильних і слабких сторін виконання.

Інформація про підсумкову оцінку (за семестр/іспит) доводиться до відома студентів офіційно – через особистий кабінет у Moodle та/або навчальну картку.

Ефективна комунікація

Для ефективної комунікації слід застосовувати офіційні канали – корпоративну електронну пошту (@ie.u.edu.ua), систему повідомлень освітньої платформи Moodle Міжнародного європейського університету (dist.ie.u.edu.ua).

Політика публікації та розповсюдження матеріалів курсу

Матеріали курсу (лекції, слайди (презентації) відео чи аудіозаписи, завдання, набори задач, тести та ін.) є інтелектуальною власністю викладача і університету. Забороняється будь-яке публічне поширення матеріалів курсу без письмового дозволу, а також відеозапис занять без письмового погодження. За порушення політики публікації та розповсюдження матеріалів студенти можуть бути притягнуті до дисциплінарної відповідальності, у т. ч. відрахування з університету.

Академічна мобільність та визнання результатів попереднього навчання

Студенти мають право брати участь у програмах **національної та міжнародної академічної мобільності** відповідно до Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність МЄУ. Мобільність може здійснюватися на основі двосторонніх угод із закладами-партнерами, програм Erasmus+, міжуніверситетських меморандумів чи індивідуальних угод. Результати навчання, здобуті в інших закладах освіти під час мобільності, підлягають **обов'язковому визнанню** в МЄУ на підставі академічних довідок (Transcript of Records) та в межах індивідуальної освітньої траєкторії здобувача.

Університет визнає результати **попереднього формального навчання** (отримані в інших ЗВО України та за кордоном), а також може визнавати результати **неформального та інформального навчання** (курси підвищення кваліфікації, сертифікаційні програми, професійний досвід), якщо вони підтверджують набуття компетентностей, визначених освітньою програмою.

Процедури визнання результатів попереднього навчання проводяться з дотриманням принципів Лісабонської конвенції, презумпції визнання та прозорості. У разі необхідності університет може вимагати додаткові документи чи організувати співбесіду/оцінювання для підтвердження результатів. Усі рішення щодо мобільності та визнання результатів попереднього навчання оформлюються наказом ректора і фіксуються в індивідуальному навчальному плані здобувача.



Про визнання
результатів
попереднього навчання

Очікуване навантаження та залученість студентів

Служби підтримки

На роботу в цьому курсі слід виділити окремі години для самостійного опрацювання деяких матеріалів лекцій відповідно до тематики курсу (приблизно 10 годин на тиждень). Очікується, що здобувачі мають резервний план на випадок несправності комп'ютера або перебоїв у роботі Інтернету. Студент має право скористатися процедурами **гнучкості** або **спеціального розгляду** для продовження дедлайну чи альтернативного виконання завдання.



Про політику та
процедури оцінювання

Розклад курсу

№	Тема	Практичні завдання (методики з посібника)	Самостійна робота
1	Система маркетингових досліджень. Маркетингова інформація.	Закріплення теоретичних основ маркетингових досліджень (МД) та навички роботи з маркетинговою інформацією	Поглиблення знань та розвиток аналітичного мислення шляхом індивідуального пошуку та опрацювання додаткових матеріалів.
2	Методи збору первинної та вторинної інформації.	Освоєння інструментарію для ефективного пошуку та збору обох типів маркетингової інформації	Підготовка таблиці або схеми, що порівнює якісні та кількісні методи збору первинної інформації за критеріями (ціна, час, глибина даних, репрезентативність).
3	Структура і процес маркетингових досліджень.	Оволодіння навичками планування та структурування повного циклу маркетингового дослідження (МД)	Пошук, аналіз структури та змісту фінальних звітів про маркетингові дослідження, акцентуючи увагу на розділі "Рекомендації".
4	Визначення місткості ринку та його сегментів. Дослідження кон'юнктури ринку.	Розв'язання задач на визначення фактичної та потенційної місткості ринку для певного товару чи послуги, використовуючи різні формули та вихідні дані.	Підготовка огляду ключових макроекономічних та політичних факторів, які наразі найбільше впливають на кон'юнктуру українського ринку (наприклад, інфляція, курс валют, регуляторні зміни).
5	Дослідження поведінки споживачів.	Оволодіння інструментами, які дозволяють зрозуміти мотиви та процес прийняття рішення про купівлю цільовою аудиторією	Створення детального профілю (персони) цільового споживача для обраного продукту, включаючи демографічні дані, мотивації, больові точки та канали комунікації.
6	Дослідження конкурентного середовища і конкурентів.	Структурний аналіз галузі та профілювання основних конкурентів. Застосування моделі п'яти сил Портера для оцінки інтенсивності конкуренції, загроз заміщення, сили постачальників/покупців на конкретному ринку.	Вивчення методології бенчмаркінгу (порівняння найкращих практик). Підготовка огляду про використання бенчмаркінгу у сфері маркетингу чи логістики.
7	Маркетингові дослідження внутрішнього середовища підприємства.	Системний аналіз власних ресурсів та ефективності маркетингової діяльності підприємства.	Вивчення структури та етапів повного маркетингового аудиту компанії. Підготовка огляду щодо аудиту маркетингової організаційної структури.
8	Інформаційне забезпечення маркетингових досліджень.	Розгляд практичного прикладу (кейсу) функціонування Маркетингової інформаційної системи (МІС) на підприємстві, визначення її ключових компонентів (система внутрішньої звітності, маркетингової розвідки тощо). ідей до його комерціалізації	Дослідження вимог законодавства України та міжнародних стандартів (наприклад, GDPR) щодо захисту персональних даних при проведенні маркетингових досліджень.

Поради щодо успішного навчання

- **Кожне завдання і кожне заняття – це крок до вашого становлення як маркетолога. Використайте цей шанс максимально!**
- **Будьте активними на заняттях.** Регулярно відвідуйте лекції й практичні заняття, беріть участь у дискусіях, ставте запитання та діліться власними думками. Це сприяє кращому засвоєнню матеріалу та підвищує результати поточного контролю.
- **Працюйте з літературою та джерелами.** Використовуйте основну та додаткову літературу, рекомендовану в силабусі. Звертайтеся до сучасних наукових публікацій, міжнародних баз даних (Scopus, Web of Science), щоб розширити теоретичну базу.
- **Виконуйте практичні завдання вчасно.** Завдання з аналізу практичних кейсів чи тестових методик, які є ключовими для формування професійних навичок. Дотримання дедлайнів полегшить підготовку до іспиту.
- **Розвивайте навички самостійної роботи.** Виділяйте час на опрацювання літератури, створення конспектів, написання рефератів і презентацій. Це допоможе не лише закріпити знання, а й підготуватися до магістерського дослідження.
- **Використовуйте цифрові ресурси.** Активно працюйте з цифровими ресурсами: переглядайте матеріали, виконуйте тести, завантажуйте завдання та перевіряйте коментарі викладача.
- **Співпрацюйте з одногрупниками.** Обмін досвідом, підготовка групових завдань і тренінгів дозволяють розширити власне бачення й отримати підтримку під час навчання.
- **Готуйтеся до практичної діяльності в маркетингу.** Варто зосередитися на плануванні та аналізі маркетингової діяльності, що включає розробку маркетингових стратегій, встановлення цілей та оцінку ефективності рекламних кампаній, тому важливо відпрацьовувати алгоритми планування, контролю та аналізу діяльності на практичних прикладах і тренінгах.
- **Не відкладайте підготовку до контрольних заходів.** Регулярно повторюйте матеріал після кожної теми, створюйте зручні схеми та таблиці для кращого засвоєння методик, критеріїв прийняття рішень і аналізу результатів.
- **Дотримуйтеся принципів академічної доброчесності.** Виконуйте завдання самостійно, правильно оформлюйте посилання на джерела, уникайте плагіату та списування.
- **Звертайтеся по підтримку у разі потреби.** Якщо виникають труднощі в засвоєнні матеріалу, не вагайтеся звернутися до викладачів, кураторів або служб підтримки університету.
- **Пам'ятайте:** успіх у маркетингу залежить не лише від знань, а й від уважності, відповідальності та комунікативних навичок. Будьте активними, допитливими та цілеспрямованими!

Нехай цей курс стане для вас не лише джерелом знань, а й поштовхом до професійного самовдосконалення та впевненого руху вперед!