

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО**

**Факультет економіки та бізнесу
Кафедра маркетингу**

Силабус

Дисципліни «Маркетингові дослідження та управління інвестиційними проектами в сфері обслуговування»

| | |
|---------------------------------|---|
| Викладач | к.е.н., доцент Куліш Тетяна Володимирівна http://feb.tsatu.edu.ua/teacher/kulish-tetyana-volodimirivna/ |
| Кількість кредитів ЄКТС | 5 |
| Загальна кількість годин | 150 |

Загальний опис навчальної дисципліни

Метою викладання формування знань у здобувачів вищої освіти з теоретичних основ та оволодіння практичними навичками у сфері інформаційного забезпечення процесу розробки та прийняття маркетингових рішень на підприємстві.

Політика курсу. Для забезпечення високої якості знань необхідно виконувати наступні умови: не пропускати навчальні заняття й не спізнюватися на них; систематично брати активну участь у освітньому процесі; чітко й вчасно виконувати навчальні завдання; брати активну участь у науково-дослідній роботі студентів; виключати мобільний телефон під час занять і під час контролю знань; вчасно виконувати і здавати завдання для самостійної роботи; відпрацьовувати пропущені заняття; дотримуватись академічної доброчесності.

Орієнтовний перелік тем лекцій

1. Система маркетингових досліджень в сфері обслуговування.
2. Маркетингова інформація. Організації роботи з постачальниками маркетингової інформації.
3. Методи збирання первинної інформації.
4. Маркетингові дослідження внутрішнього середовища сфери обслуговування.
5. Управління інвестиційними проектами в сфері обслуговування.

Орієнтовний перелік тем лабораторних занять

1. Система маркетингових досліджень.
2. Структура і процес маркетингових досліджень.
3. Визначення місткості ринку та його сегментів.
4. Дослідження конкурентного середовища та конкурентів.
5. Дослідження поведінки споживачів.
6. Управління інвестиційними проектами в сфері обслуговування.

Перелік рекомендованої літератури

1. Войчак А.В. Маркетингові дослідження./ А.В.Войчак К., КНЕУ, 2001
2. Ілляшенко С.М. Маркетингова товарна політика: Підручник. - Суми: ВТД «Університетська книга», 2005. — 234 с
3. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика: Підручник. - К.:КНЕУ, 2001.-240 с