

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

**Факультет економіки та бізнесу
Кафедра маркетингу**

**СИЛАБУС
з навчальної дисципліни
«ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ»
(<https://op.tsatu.edu.ua/course/view.php?id=2616>)**

Викладач (і) к.е.н., доцент Кукіна Наталія Володимирівна

Кількість кредитів 5
Загальна кількість годин 150

Загальний опис навчальної дисципліни

Анотація курсу. Дисципліна «Дослідження ринку» вивчає процедури, методи та засоби процесу здійснення дослідження суб'єктів та умов навколишнього бізнес-середовища та внутрішнього середовища підприємства. Такі знання необхідні фахівцю для досліджування поведінки споживача та виробника на ринку, вивчення кон'юнктури ринку, формування стратегії конкурентної боротьби на ринку, шукати потрібну інформацію. Дисципліна зорієнтована на вивчення таких питань, як: сутність, мета і основні завдання ринкових досліджень; ринкова інформація та її різновиди; структура і процес дослідження ринку; методи одержання інформації; джерела вторинної інформації; визначення місткості ринку та його елементів; дослідження кон'юнктури ринку; прогнозовані дослідження збуту; дослідження конкурентного середовища і конкурентів; ринок як системна економічна категорія, його структура та елементи; суперечливий взаємозв'язок конкуренції та монополії; дослідження поведінки споживачів.

Метою дисципліни є набуття студентами знань щодо системи, методів та алгоритмів аналізу внутрішнього і зовнішнього бізнес-середовища підприємств, шляхів і резервів його перспективного розвитку.

Завдання дисципліни полягає у формування системи теоретичних знань щодо алгоритмів ринкових досліджень; набуття навичок творчого пошуку резервів удосконалення діяльності підприємства за результатами досліджень.

Результати навчання (компетентності)

Компетентності, які студент набуде в результаті вивчення дисципліни

Спеціальність	Загальні компетентності (ЗК)	Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	Результати навчання (РН)
076 «Підприємництво та торгівля»	ЗК 2. Здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях. ЗК 5. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 7. Здатність працювати в команді. ЗК 10. Здатність діяти відповідально та свідомо.	СК 1. Критичне осмислення теоретичних засад підприємницької та торговельної діяльності. СК 2. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких і торговельних структур. СК 5. Здатність визначати та оцінювати характеристики товарів і послуг в підприємницькій та торговельній діяльності. СК 9. Здатність до організації зовнішньоекономічної діяльності підприємницьких і торговельних структур.	РН 2. Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в підприємницькій та торговельній діяльності. РН 4. Використовувати сучасні комп'ютерні і телекомунікаційні технології обміну та розповсюдження професійно спрямованої інформації у сфері підприємництва і торгівлі. РН 5. Організовувати пошук, самостійний відбір, якісну обробку інформації з різних джерел для формування банків даних у сфері підприємництва та торгівлі. РН 11. Мати концептуальні наукові та практичні знання у сфері підприємництва і торгівлі, необхідні для подальшого використання на практиці. РН 15. Оцінювати характеристики товарів і послуг у підприємницькій та торговельній діяльності за допомогою сучасних методів. РН 20. Знати основи бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків та результатів діяльності підприємницьких і торговельних структур з урахуванням ризиків. РН 22. Використовувати професійну аргументацію в процесі донесення та висвітлення фахової інформації, ідей, проблем та способів їх вирішення до фахівців і нефахівців у сфері підприємницької діяльності.

Орієнтовний перелік тем лекцій

1. Сутність, мета і основні завдання ринкових досліджень.
2. Ринкова інформація та її різновиди.
3. Структура і процес дослідження ринку.
4. Методи одержання інформації
5. Джерела вторинної інформації.
6. Визначення сегментування ринку та його елементів.
7. Дослідження кон'юнктури ринку
8. Прогнозовані дослідження збуту.

9. Дослідження конкурентного середовища і конкурентів.
10. Дослідження поведінки споживачів.

Орієнтовний перелік тем практичних занять

1. Сутність, мета і основні завдання ринкових досліджень.
2. Ринкова інформація та її різновиди.
3. Структура і процес дослідження ринку.
4. Методи одержання інформації
5. Джерела вторинної інформації.
6. Визначення сегментування ринку та його елементів.
7. Дослідження кон'юнктури ринку
8. Прогнозовані дослідження збуту.
9. Дослідження конкурентного середовища і конкурентів.
10. Дослідження поведінки споживачів.

Політика курсу

✓Відвідування занять є важливою складовою навчання. Усі пропущені заняття мають бути відпрацьовані. Якщо здобувач вищої освіти відсутній з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час консультації викладача.

✓Дозволяється вільне відвідування лекцій здобувачам за індивідуальним графіком навчання.

✓При виконанні навчальних завдань не допустимо порушення академічної доброчесності. Презентації та виступи мають бути авторськими (оригінальними).

✓Якщо здобувач вищої освіти протягом семестру за підсумками поточного та підсумкового контролів має незадовільний результат з обох змістових модулів (менше 20 балів) або має не погашені неатестації, то він не допускається до екзамену.

✓Спірні питання з проведення екзаменаційних сесій розглядає апеляційна комісія, права, обов'язки та персональний склад якої визначаються наказом ректора Університету.

✓Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися до учасників навчального процесу, дотримуватися дисципліни, дбайливо ставитись до обладнання та книжкового фонду ТДАТУ, виконувати графік навчального процесу.

Рекомендована література

1. Барабанова В.В. Маркетингові дослідження : навч.посіб. –Кривий Ріг. Дон НУЕТ, 2020. - 136 с.
2. Барабанова В.В. Маркетингові дослідження [Текст]: навч.посіб. –Кривий Ріг. Дон НУЕТ, 2020. 136 с.
3. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. Вид-во: Діалектика. 2020. 880с.

4. Кутліна І.Ю., Завальнюк К.С. Маркетингові дослідження : конспект лекцій / укладачі. — Київ : Університет «Україна», 2022. - 103 с.
5. Мартинович Н.О., Горник В.Г., Бойченко Е.Б. Маркетингові дослідження: навчальний посібник. — Київ : Видавництво «Людмила», 2021. - 323 с.
6. Маркетингові дослідження: навч. посібник. / Квятко Т.М., Мандич О.В., Сєвідова І.О., Бабко Н.М. та ін. - Харків: ХНТУСГ, 2020. 163 с.
7. Парсяк, В. Н. Маркетинг: сучасна концепція та технології : підручник. — Олді-Плюс, Херсон, 2020. — 326 с.

Гарант освітньої програми


(підпис)

Лариса Болтянська