

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

Факультет економіки та бізнесу
Кафедра економіки і бізнесу

СИЛАБУС
з навчальної дисципліни

«АНАЛІЗ ГАЛУЗЕВИХ РИНКІВ»
(<http://op.tsatu.edu.ua>)

Викладач	д.е.н., доц. Коноваленко Анастасія Сергіївна
Кількість кредитів ЄКТС	6
Загальна кількість годин	180

Загальний опис навчальної дисципліни

Метою вивчення дисципліни є набуття здобувачами вищої освіти освітнього ступеня бакалавра загальних та фахових компетентностей щодо системи, методів та алгоритмів аналізу галузевих ринків.

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

Дисципліна спрямована на вивчення процедур, методів та засобів процесу здійснення дослідження суб'єктів та умов навколишнього бізнес-середовища та внутрішнього середовища підприємства.

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. 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 місткості 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 місткості ринку та його елементів
7. Дослідження кон'юнктури ринку
8. Прогнозовані дослідження збуту
9. Дослідження конкурентного середовища і конкурентів
10. Дослідження поведінки споживачів

Перелік рекомендованої літератури

1. Крикавський Є.В. Маркетингові дослідження: Навчальний посібник. Л.: Національний університет "Львівська політехніка", 2004. 288 с.
2. Полторак В.А. Маркетингові дослідження: Навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2003. 387 с.
3. Решетілова Т.Б., Довгань С.М. Маркетингові дослідження: підручник : [Електронний ресурс]. М-во освіти і науки України, Нац. гірн. ун-т. Дніпропетровськ : НГУ, 2015. 357 с.
4. Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підручник. - Київ: Лібра, 2002. - 712 с.
5. Старостина А.А. Маркетинговые исследования. К.: ИД "Вильямс", 2001. —320 с.
6. Войчак А. В. Маркетингові дослідження: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. — К.: КНЕУ, 2001. — 119 с.
7. Ілляшенко С.М., Баскакова М.Ю. Маркетингові дослідження: Навч. посіб. За ред. д-ра екон. наук, проф. С. М. Ілляшенка. — К.: Центр навчальної літератури, 2006. — 192 с.

Завідувач кафедри



Лариса БОЛТЯНСЬКА