

СИЛАБУС

Рівненський державний гуманітарний університет
Художньо-педагогічний факультет
Кафедра івент-індустрій, культурології та музеєзнавства

Назва дисципліни	Маркетингові дослідження
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	3 кредити, 90 годин
Вид підсумкового контролю	Залік
Викладач	Матусевич Костянтин Миколайович
Профайл викладача на сайті кафедри	https://www.rshu.edu.ua/prohramy-vstupnykh-vyprobuvan/121-personalii/1247-matusevych-kostiantyn-mykolaiovych
Е-mail викладача:	matusevich83@gmail.com
Посилання на освітній контент в CMS Moodle (за наявності) або на іншому ресурсі	
Мова викладання	Українська
Консультації	Онлайн-консультації: вівторок, середа, четвер – 9.30-14.00 Офлайн-консультації

Цілі навчальної дисципліни

Мета викладання навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження» полягає у засвоєнні здобувачами вищої освіти програми сучасних знань про маркетингові дослідження як розділ прикладної соціології, історію виникнення маркетингу і маркетингових досліджень, суть, напрями, технологію та методи маркетингових досліджень.

Завдання дисципліни

- Формування знань про суть маркетингових досліджень
- Обґрунтування важливого значення проведення маркетингових досліджень в умовах ринкової економіки
- Визначення мети та завдань маркетингових досліджень
- Вивчення напрямів використання результатів маркетингових досліджень
- Ознайомлення із класифікацією маркетингових досліджень
- Ознайомлення з положеннями Міжнародного кодексу з практики маркетингових і соціальних досліджень
- Ознайомлення з технологією та методами маркетингових досліджень, можливостями застосування їх на практиці

У процесі вивчення дисципліни здобувачі вищої освіти мають набути такі компетентності:

ЗК06- Здатність до пошуку, оброблення й аналізу інформації з різних джерел.

СК33 . Вміння використовувати сучасні методи обробки інформації для організації та управління соціокультурними процесами.

ПР02 - Збирати та впорядковувати інформацію.

ПР09 - Оцінювати сучасну соціокультурну ситуацію.

Передумови вивчення дисципліни для формування програмних результатів

навчання та компетентностей

Ефективність засвоєння змісту дисципліни «Іміджологія у сфері культури» значно підвищиться, якщо здобувач вищої освіти попередньо опанував матеріалом таких дисциплін як: Вступ до спеціальності, Соціокультурна діяльність, Менеджмент і маркетинг соціокультурної діяльності, Основи маркетингу

Мотивація здобувачів вищої освіти здійснюється через можливість виконання практичних занять, брати активну участь у обговоренні навчального матеріалу по дисципліні

Спільна (групова) діяльність передбачає групову роботу здобувачів вищої освіти, з викладачем з цієї дисципліни

Самостійна діяльність здобувачів вищої освіти передбачена між лекціями та при підготовці матеріалу для виконання на практичних заняттях.

Перелік тем

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. Суть та напрями маркетингових досліджень

Тема 1. Маркетинг та його роль в ринковій діяльності

Тема 2. Поняття та класифікація маркетингових досліджень

Тема 3. Етапи маркетингового дослідження

Тема 4. Основні напрями маркетингових досліджень

Тема 5. Маркетингова інформація та її види

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. Технологія та методи маркетингового дослідження

Тема 6. Дослідження покупців та споживачів

Тема 7. Методи і форми збору первинних даних. Опитування та експертні оцінки в маркетинговому дослідженні

Тема 8. Аналіз інформації і прогнозування

Тема 9. Звіт про маркетингове дослідження

Рекомендована література та інформаційні ресурси

Основна

1. Гагоорт Г. Менеджмент мистецтва: підприємницький стиль / Г. Гагоорт – Львів: Літопис, 2008. – 358 с

2. Крикавський Є. В. Маркетинговий менеджмент: Навчальний посібник / Є.В. Крикавський, І.О. Дейнега, О.В. Дейнега, І.Ф. Лорві. - Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. - 380 с.

3. Менеджмент: питання та відповіді: навч. посіб. для дистанц. навчання / Гуткевич С. О. [та ін.]; [заг. ред. проф. Мошека Г. Є.]. - Харків: Діса плюс, 2016. - 940 с.

4. Основи менеджменту. Теорія і практика: Навч. посіб. / Г.Є. Мошек, І.П. Миколайчук, Ю.І. Палеха та ін.; за заг. ред. проф. Мошека Г.Є. – Київ: ЛіраК, 2017. – 528 с

5. Осовська Г.В. Менеджмент: підручник / Г.В. Осовська, О.А. Осовський. - К.: Кондор, 2015. – 563 с.

6. Парсяк В.Н. Маркетинг. Сучасні концепції та технології: Підручник / В.Н. Парсяк. - Херсон: Олді-плюс, 2015. – 276 с.

7. Біловодська О.А. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. / Біловодська О.А. – К.: Знання, 2010. – 332 с

9. Діденко В.М. Менеджмент: Підручник. / В.М. Діденко – К.: Кондор, 2008. – 584 с.

10. Кожушко Л. Ф. Менеджмент організацій: теорія та практика: навч. посіб. / Л.Ф. Кожушко, Т.О. Кузнецова. - Рівне: НУВГП, 2016. - 396 с.

11. Напрями розвитку сучасного менеджменту: проблеми та рішення: монографія / за заг. ред. Л.М. Варава. - Кривий Ріг: Чернявський Д. О., 2015. - 417 с.

12. Рульєв В.А. Менеджмент: Навчальний посібник. / В.А. Рульєв, В.О. Гуткевич. – К.: ЦУЛ, 2011. – 312 с.

13. Стахів О. Г. Основи менеджменту: Навчальний посібник. / О.Г. Стахів, О.І. Явнюк, В.В. Волощук; за наук. ред. док. екон. наук, проф. М.Г. Бойко. – Івано-Франківськ, «Лілея-НВ», – 2015. – 336 с.

14. Щербина-Яковлева О. Ю. Менеджмент соціокультурної діяльності як напрям наукового та технологічного знання. Частина 1. Дидактика, логіка, методологія. Підручник / О.Ю. Щербина-Яковлева, Н.Д. Світайло, М.О. Клочко, А.М. Щербина. – Суми: Репозитарій СумДУ, 2018. – 207 с.

Допоміжна

15. Балабанова Л. В. Маркетинг [Текст]: підруч. / Л.В. Балабанова. – [2-ге вид., переробл. і доп.]. – К.: Знання-Прес, 2004. – 645 с.

17. Зозулев А.В. Поведение потребителей [Текст]: учеб. пособие./ А.В. Зозулев. – К.: Знання, 2004. – 364 с.

18. Зозулев А.В. Сегментирование рынка [Текст]: учеб. пособие./ А.В. Зозулев. – Х.: Студцентр, 2003. – 232 с.

24. Маркетинг [Текст]: підруч. / [Павленко А. Ф., Решетнікова І. Л., Войчак А. В. та ін.]; за наук. ред. А.Ф. Павленка. – К.: КНЕУ, 2008. – 600 с.

25. Маркетинг [Текст]: підруч. / [Старостіна А. О., Гончарова Н. П., Крикавський Є. В. та ін.]; за ред. А.О. Старостіної. – К.: Знання, 2009. – 1071 с.

27. Примак Т.О. Маркетингова політика комунікацій [Текст]: навч. посіб. / Т. О. Примак. – К.: Атіка: Ельга-Н, 2009. – 328 с.

28. Скибінський С. В. Поведінка споживачів у маркетингу [Текст]: навч. посіб. / С. В. Скибінський. – Л.: Вид-во Львівськ. комерц. акад., 2009. – 260 с.

30. Хулей Г. Маркетинговая стратегия и конкурентное позиционирование [Текст]: учеб. / Г.Хулей, Д. Сондерс, Н.Пирси; пер. с англ. – Д.: Баланс Бизнес Букс, 2005. – 800 с.

31. Шевченко Л. С. Введение в маркетинг [Текст]: учеб.- практ. пособ. / Л.С. Шевченко. – Х.: Консум, 2000. – 671 с

Інформаційні (Інтернет) ресурси

1. Державний комітет статистики України. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.
2. Європейський центральний банк. – Режим доступу: www.ecb.europa.eu.
3. Законодавство України. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua.
4. Міжнародний центр перспективних досліджень. – Режим доступу: www.icps.kiev.ua.
5. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. – Режим доступу: www.me.gov.ua.
6. Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського. – Режим доступу: www.nbuv.gov.ua.
7. Національний банк України. – Режим доступу: www.bank.gov.ua.
8. Світовий банк. – Режим доступу: www.worldbank.org.
9. Центр соціально-економічних досліджень. – Режим доступу: www.caseukraine.com.ua.

Технічне й програмне забезпечення /обладнання

Ноутбук, мобільний пристрій (телефон) з підключенням до Інтернет.

Види та методи навчання і оцінювання

Код компетентності (згідно ОПП)	Назва компетентності	Код програмного результату навчання	Назва програмного результату навчання	Методи навчання	Методи оцінювання результатів навчання
ЗК <u>06</u>	Здатність до пошуку, оброблення й аналізу інформації з різних джерел.	ПРН <u>02</u>	Збирати та впорядковувати інформацію.	МН1, МН2, МН3, МН4, МН5, МН6	МО2, МО7, МО8, МО9, МО10
		ПРН09	Оцінювати сучасну соціокультурну ситуацію.	МН1, МН2, МН3, МН4, МН5, МН6	МО2, МО7, МО8, МО9, МО10
СК <u>33</u>	Вміння використовувати сучасні методи обробки інформації для організації та управління соціокультурними процесами.	ПРН <u>02</u>	Збирати та впорядковувати інформацію.	МН1, МН2, МН3, МН4, МН5, МН6	МО2, МО7, МО8, МО9, МО10
		ПРН09	Оцінювати сучасну соціокультурну ситуацію.	МН1, МН2, МН3, МН4, МН5, МН6	МО2, МО7, МО8, МО9, МО10

Методи навчання

- МН1 – словесний метод (лекція, дискусія, співбесіда тощо);
- МН2 – практичний метод (практичні заняття);
- МН3– наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій);
- МН4 – робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату);
- МН5 – відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо);
- МН6 – самостійна робота.

Методи оцінювання

- МО2 – усне або письмове опитування;
- МО6 – реферати, есе;
- МО7 – презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- МО8 – презентації та виступи на наукових заходах;
- МО9 – захист практичних робіт;
- МО10 – залік.

**Система та критерії оцінювання результатів навчання
У РДГУ**

Суми балів за 100-бальною шкалою	Оцінкав ЄКТС	Значення оцінки ЄКТС	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка за національною шкалою	
					екзамен	залік
90-100	A	відмінно	здобувач вищої освіти виявляє особливі творчі здібності, вміє самостійно здобувати знання, без допомоги викладача знаходить і опрацьовує необхідну інформацію, вміє використовувати набуті знання і вміння для прийняття рішень у нестандартних ситуаціях, переконливо аргументує відповіді, самостійно розкриває власні здібності	Високий (творчий)	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	здобувач вищої освіти вільно володіє теоретичним матеріалом, застосовує його на практиці, вільно розв'язує справи і задачі у стандартних ситуаціях, самостійно виправляє допущені помилки, кількість яких незначна	Достатній (конструктивно-варіативний)	добре	
74-81	C	добре	здобувач вищої освіти вміє зіставляти, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача, загалом самостійно застосовувати її на практиці; контролювати власну діяльність; виправляти помилки, з-поміж яких є суттєві, добирати аргументи для підтвердження думок			
64-73	D	задовільно	здобувач вищої освіти відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, за допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал,	Середній (репродуктивний)	вільно	

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

Поточне тестування та самостійна робота									Підсумковий контроль (екзамен)	Сума
Змістовий модуль 1					Змістовий модуль 2					
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	40	100
4	4	4	4	4	4	4	4	4		
Модульний контроль 12					Модульний контроль 12					

Критерії оцінювання по видах діяльності

№ з.п.	Вид навчальної діяльності*	Оціночні бали*	Кількість балів
T1	Робота на лекційних заняттях Виконання завдань під час практичних занять	4	4
T2	Робота на лекційних заняттях Виконання завдань під час практичних занять	4	4
T3	Робота на лекційних заняттях Виконання завдань під час практичних занять	4	4
T4	Робота на лекційних заняттях Виконання завдань під час практичних занять	4	4
T5	Робота на лекційних заняттях Виконання завдань під час практичних занять	4	4
Модульний контроль		12	12
T6	Виконання завдань під час практичних занять Участь в обговоренні під час практичних занять	4	4
T7	Виконання завдань під час практичних занять Участь в обговоренні під час практичних занять	4	4
T8	Виконання завдань під час практичних занять Участь в обговоренні під час практичних занять	4	4
T9	Виконання завдань під час практичних занять Участь в обговоренні під час практичних занять	4	4
Модульний контроль		12	12
Залік		40	40
Разом		100	

Політика дисципліни

При організації освітнього процесу здобувачі вищої освіти, викладачі, методисти та адміністрація діють відповідно до: Положення про організацію освітнього процесу у РДГУ, Положення про академічну доброчесність, Положення про оцінювання знань і умінь здобувачів вищої освіти, Положення про практики, Положення про внутрішнє забезпечення якості освіти.

Кожен викладач ставить здобувачам вищої освіти систему вимог та правил поведінки здобувачів вищої освіти на заняттях, доводить до їх відома методичні рекомендації щодо виконання різних видів робіт. При цьому обов'язково враховуються присутність на заняттях та активність під час практичного заняття; (не)допустимість пропусків та запізнь на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття; несвоєчасне виконання поставленого завдання і т. ін.

Політика доброчесності

Здобувач вищої освіти виконуючи самостійну або індивідуальну роботу повинен дотримуватись політики доброчесності. У разі наявності плагіату в будь-яких видах робіт здобувача вищої освіти він отримує незадовільну оцінку і повинен повторно виконати завдання, які передбачені у силабусі.