



### АНОТАЦІЯ

Назва дисципліни / освітнього компонента	Маркетингові дослідження регіональних ринків
Освітня програма	Маркетинг другого (магістерського) рівня
Компонент освітньої програми	Вибірковий
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	3 кредити / 90 годин
Вид підсумкового контролю з дисципліни	Залік
Мова викладання	Українська
Викладач	Паламарчук Оксана Степанівна; кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та управління бізнесом
CV викладача на сайті кафедри/ЗВО	<a href="https://cutt.ly/Tw1DNioi">https://cutt.ly/Tw1DNioi</a> <a href="https://rshu.edu.ua/121-personalii/1214-palamar-chuk-oksana-stepanivna">https://rshu.edu.ua/121-personalii/1214-palamar chuk-oksana-stepanivna</a>
E-mail викладача	oksana.palamarchuk@rshu.edu.ua

#### Мета та завдання навчальної дисципліни

*Мета:* формування у майбутніх магістрів з маркетингу сучасних знань про маркетингові дослідження, вміння ефективно працювати на регіональних ринках, використовуючи сучасні технології та методи маркетингових досліджень регіональних ринків; вивчення особливостей регіонів, їх економічних, соціальних та культурних характеристик; аналіз факторів, що впливають на формування попиту та пропозиції на регіональних ринках.

*Завдання навчальної дисципліни:* вивчення категорій, методик та алгоритмів проведення маркетингових досліджень регіональних ринків; розвиток умінь здобувачів вищої освіти аналізувати регіональні ринки; набуття практичних навичок проведення комплексного дослідження регіональних ринків з позицій маркетингу.

#### Зміст навчальної дисципліни

##### *Змістовий модуль. Організаційні засади маркетингових досліджень регіональних ринків.*

Тема 1. Основні поняття та класифікація маркетингових досліджень регіональних ринків.

Тема 2. Етапи, структура та процес маркетингових досліджень регіональних ринків.

Тема 3. Роль маркетингової інформації у проведенні досліджень регіональних ринків.

Тема 4. Організація проведення маркетингових досліджень регіональних ринків.

Тема 5. Управління маркетинговими дослідженнями регіональних ринків.

Тема 6. Аналіз отриманих результатів маркетингових досліджень регіональних ринків.

Тема 7. Міжнародна практика маркетингових досліджень регіональних ринків.