

РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ВК05 Дослідження та регулювання споживчого ринку

Спеціальність	073 "Менеджмент" (шифр і назва спеціальності)
Освітньо- професійна програма	"Менеджмент" (назва освітньо-професійної програми)
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Факультет	Документальних комунікацій, менеджменту, технологій та фізики (назва факультету)

Рівне
2022 – 2023 н.р.

Робоча програма навчальної дисципліни «Дослідження та регулювання споживчого ринку» для здобувачів вищої освіти за спеціальністю 073 «Менеджмент», освітньо- професійною програмою «Менеджмент»

Мова навчання українська

Розробник: Трало Ірина Миколаївна, кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри менеджменту

Протокол від “30” серпня 2021 року № 8

Завідувач кафедри менеджменту  Микитин Т.М.

Робочу програму схвалено навчально-методичною комісією факультету

Протокол від “31” серпня 202_ року № 1

Голова навчально-методичної комісії  Савченко О.Р.

Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів –3	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»	Обов’язкова	
Модулів –2	Спеціальність: <u>Менеджмент</u>	Рік підготовки	
Змістових модулів –2		2-й	2-й
Загальна кількість годин –90		Семестр	
		3-й	3-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних –4 самостійної роботи –4	Освітній ступінь: <u>Магістр</u>	Лекції	
		16 год.	6 год.
		Практичні, семінарські	
		14 год.	4 год.
		Самостійна робота	
		60 год.	80 год.
		Вид контролю:	
		ЗАЛІК	ЗАЛІК
Передумови для вивчення дисципліни: методологія і методи наукових досліджень, публічне адміністрування, менеджмент організацій, комп’ютерно-інформаційні технології за професійним спрямуванням, управління змінами, фінансовий менеджмент, ділове адміністрування			

Примітка. Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання – 33% до 67%;

для заочної форми навчання – 10% до 90%.

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою вивчення дисципліни «Дослідження та регулювання споживчого ринку» є: формування у майбутніх магістрів менеджменту системних спеціальних знань щодо розвитку ринку споживчих товарів та послуг в економіці країни, засвоєння методичних засад та формування практичних навичок з вивчення, оцінки та регулювання споживчого ринку.

Завданням навчальної дисципліни є формування знань про комплекс спеціальних методів та технологій, що використовуються при виконанні досліджень ринку; навчання використання результатів досліджень ринку для підвищення ефективності прийняття управлінських рішень.

В процесі вивчення дисципліни «Дослідження та регулювання споживчого ринку» здобувачі вищої освіти повинні:

- отримати ґрунтовні знання управлінської діяльності, які дають можливість самостійно реалізовувати процес дослідження споживчого ринку;
- ознайомитися з особливостями і проблемами інструментарію державного регулювання споживчого ринку;
- отримати знання, що дозволяють здійснювати прогнозування споживчого попиту та пропозиції;
- оволодіти прийомами та техніками формування стратегії досліджень споживчого ринку;
- оволодіти практичними навичками визначення критеріїв ефективності маркетингових інструментів досліджень споживчого ринку.

3. Очікувані результати навчання.

Відповідно до вимог Стандарту вищої освіти за спеціальністю 073 Менеджмент та освітньо-професійної програми «Менеджмент» РДГУ дисципліна забезпечує набуття здобувачами вищої освіти таких загальних та фахових компетентностей.

Інтегральна - здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері менеджменту, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначеності умов і вимог.

Загальні –

ЗК01. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК05. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

Фахові -

СК01. Здатність обирати та використовувати концепції, методи та інструментарій менеджменту, в тому числі у відповідності до визначених цілей та міжнародних стандартів.

СК09. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, приймати ефективні управлінські рішення та забезпечувати їх реалізацію.

Програмні результати навчання (ПРН) –

Р01. Критично осмислювати, вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для управління в непередбачуваних умовах

Р03. Проектувати ефективні системи управління організаціями.

Р06. Мати навички прийняття, обґрунтування та забезпечення реалізації управлінських рішень в непередбачуваних умовах, враховуючи вимоги чинного законодавства, етичні міркування та соціальну відповідальність.

4. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи дослідження ринку.

Тема 1. Сутнісно-змістовна основа дослідження ринку

Теоретико-методичні аспекти визначення сутності поняття ринку. Поняття «ринок». Загальна характеристика ринку. Структура, функції та види ринків. Фактори ринкового попиту. Ринковий потенціал. Підходи до вивчення ринків. Історичний аспект виникнення та розвитку «дослідження ринку». Порядок проведення досліджень ринку. Правило роботи ринку (етикет ринку). Завдання

досліджень ринку. Об'єкт досліджень ринку. Концепція та методологія досліджень ринку.

Тема 2. Макросередовище та мікросередовище у дослідженнях ринку

Макросередовище у дослідженнях ринку. Фактори макросередовища. Мідисередовище у дослідженнях ринку. Внутрішні контактні аудитори. Мікросередовище у дослідженнях ринку. Типи клієнтурних ринків. Контактні аудиторії.

Тема 3. Інформаційні аспекти дослідження та регулювання ринку

Поняття ринкової інформації. Структура ринкової інформації. Ринкова інформаційна система. Види ринкової інформації. Носії та джерела ринкової інформації. Принципи ринкової інформації. Методи збору ринкової інформації (первинної та вторинної). Джерела інформації. Кабінетне дослідження. Польові дослідження. Опитування. Спостереження. Експеримент.

Тема 4. Теоретико-методичні засади прогнозування попиту та пропозиції споживчих товарів

Поняття попиту. Споживчий попит. Види попиту. Система показників попиту. Чинники прогнозування попиту. Прогнозування. Завдання державного регулювання споживчого попиту. Пропозиція. Сутність пропозиції, основні характеристики. Особливості формування пропозиції на споживчому ринку. Інформаційне забезпечення прогнозування пропозиції.

Тема 5. Інструменти державного регулювання попиту та пропозиції

Основні завдання державного регулювання попиту. Інструменти державного регулювання пропозиції.

Змістовний модуль 2. Методологія дослідження та регулювання ринку.

Тема 6. Дослідження місткості ринку та його сегментів

Місткість ринку. Реальна/потенційна місткість. Методи визначення місткості. Частка ринку фірми. Частка ринку щодо лідера. Прогнозування на основі індикаторів. Сегментація ринку. Методи сегментування.

Тема 7. Інфраструктура споживчого ринку

Сутність та склад інфраструктури споживчого ринку. Оптова та роздрібна торгівля як складові інфраструктури споживчого ринку. Показники і методи оцінювання рівня розвитку торговельної інфраструктури споживчого ринку. Завдання та інструментарій державного регулювання розвитку інфраструктури споживчого ринку.

Тема 8. Дослідження конкурентного середовища і конкурентів

Конкуренція. Конкурентна боротьба. Конкурентне середовище. Конкурентний аналіз, його мета. Потенціал ринку. Напрями діагностики конкурентного середовища. Конкурентоспроможність. Асортиментна політика. Роль асортиментної політики в конкурентному аналізі. Аналіз конкурентних стратегій. Бенчмаркінг.

Тема 9. Регулювання конкурентного середовища споживчого ринку

Роль державного регулювання конкуренції. Інструменти регулювання конкурентного середовища.

Тема 10. Місце маркетингу в дослідженні споживчого ринку, форми та типи реакцій ринку

Маркетингові функції. Планування маркетингової діяльності. Класифікація маркетингових досліджень. Періодичність проведення. Принципи організації. Аутсорсинг маркетингових функцій. Реакція ринку на маркетингові дії. Форми та типи реакції. Моделі реакції ринку.

5. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с. р.		л	п	лаб.	інд.	с. р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Змістовий модуль 1.. Теоретичні основи дослідження ринку												
Тема 1. Сутнісно-змістова основа дослідження ринку. Види ринків	10	2	2			6	10	1	1			8
Тема 2. Макросередовище та мікросередовище у дослідженнях ринку	10	2	2			6	9	1				8
Тема 3. Інформаційні аспекти дослідження та регулювання ринку	8	1	1			6	8					8
Тема 4. Теоретико-методичні засади прогнозування попиту та пропозиції споживчих товарів	8	1	1			6	10	1	1			8
Тема 5. Інструменти державного регулювання попиту та пропозиції	9	2	1			6	8					8
Разом за змістовим модулем 1	45	8	7			30	45	3	2			40
Змістовий модуль 2. Методологія дослідження та регулювання ринку.												
Тема 6. Дослідження місткості ринку та його сегментів	10	2	2			6	10	1	1			8
Тема 7. Інфраструктура споживчого ринку	10	2	2			6	9	1				8
Тема 8. Дослідження конкурентного середовища і конкурентів	9	2	1			6	10	1	1			8
Тема 9. Регулювання конкурентного середовища споживчого ринку	8	1	1			6	8					8
Тема 10. Місце	8	1	1			6	8					8

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с. р.		л	п	лаб.	інд.	с. р.
маркетингу в дослідженні споживчого ринку, форми та типи реакцій ринку												
Разом за змістовим модулем 2	45	8	7			30	45	3	2		40	
<i>Усього годин</i>	90	16	14			60	90	6	4		80	

6. Теми семінарських занять

Не передбачено

7. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Сутнісно-змістовна основа дослідження ринку. Види ринків	2
2.	Макросередовище та мікросередовище у дослідженнях ринку	2
3.	Інформаційні аспекти дослідження та регулювання ринку	2
4.	Теоретико-методичні засади прогнозування попиту та пропозиції споживчих товарів	2
5.	Інструменти державного регулювання попиту та пропозиції	2
6.	Дослідження місткості ринку та його сегментів	2
7.	Інфраструктура споживчого ринку	2
8.	Дослідження конкурентного середовища і конкурентів	2
9.	Регулювання конкурентного середовища споживчого ринку	2
10.	Місце маркетингу в дослідженні споживчого ринку, форми та типи реакцій ринку	2
	Разом	20

8. Теми лабораторних занять

Не передбачено

9. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Сутнісно-змістовна основа дослідження ринку. Види ринків	10
2.	Макросередовище та мікросередовище у дослідженнях ринку	10
3.	Інформаційні аспекти дослідження та регулювання ринку	10
4.	Теоретико-методичні засади прогнозування попиту та пропозиції споживчих товарів	10
5.	Інструменти державного регулювання попиту та пропозиції	10
6.	Дослідження місткості ринку та його сегментів	10
7.	Інфраструктура споживчого ринку	

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
8.	Дослідження конкурентного середовища і конкурентів	10
9.	Регулювання конкурентного середовища споживчого ринку	
10.	Місце маркетингу в дослідженні споживчого ринку, форми та типи реакцій ринку	10
	Разом	80

10. Індивідуальні завдання

Не передбачено

11. Методи навчання

МН1 – словесний метод (лекція, дискусія, співбесіда тощо);

МН2 – практичний метод (лабораторні та 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 (розв'язання завдань);

МН7 – індивідуальна науково-дослідна робота студентів

12. Методи оцінювання

МО2 – усне або письмове опитування

МО4 – тестування;

МО6 – реферати, есе;

МО7 – презентації результатів виконаних завдань та досліджень;

МО10 – залік.

13. Засоби діагностики результатів навчання (засобами оцінювання та методами демонстрування результатів можуть бути:

- екзамени;
- стандартизовані тести;
- наскрізні проекти;
- командні проекти;
- аналітичні звіти, реферати, есе;
- розрахункові та розрахунково-графічні роботи;
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- завдання на лабораторному обладнанні, тренажерах, реальних об'єктах;
- інші види.

14. Критерії оцінювання результатів навчання

Головною передбаченою формою підсумкового контролю є екзамен. Курс орієнтований на бальну систему оцінки.

Мінімальний пороговий рівень оцінки – 60 балів. Максимальна кількість балів становить 100, що розподілені за видами робіт наступним чином:

Критерії оцінювання результатів навчання

№ з/п	Вид роботи	Кількість балів	Розрахунок	Максимальна сума балів
1	Активна робота під час лекційних занять	2,0	$2,0 \cdot 10 = 20$	20
2	Активна робота під час практичних занять	4,0	$4,0 \cdot 10 = 40$	40
3	Звіт за результатами виконання практичних занять	20,0	$2,0 \cdot 1 = 20$	20
4	Модульні контрольні роботи	10,0	$10,0 \cdot 2 = 20$	20
Всього				100

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за національною шкалою	
	для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90-100	Відмінно	Зараховано
82-89	Добре	
74-81	Задовільно	
64-73		
60-63	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
33-59		
1-34	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

15. Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

Поточне оцінювання та самостійна робота										Сума
Змістовий модуль № 1					Змістовий модуль № 2					
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	100
8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	
Модульний контроль – 10					Модульний контроль - 10					

16. Методичне забезпечення

1. Трало І.М. Конспект лекцій із дисципліни „Дослідження та регулювання споживчого ринку” для здобувачів вищої освіти спец. "Менеджмент" другого (магістерського) рівня вищої освіти / упорядник І.М. Трало. Рівне: РДГУ, 2020. 24 с.
2. Трало І.М. Методичні вказівки до самостійного вивчення курсу “Дослідження та регулювання споживчого ринку ” для здобувачів вищої освіти спец. "Менеджмент" другого (магістерського) рівня вищої освіти /упорядник І.М. Трало Рівне: РДГУ, 2020. 18 с.
3. Трало І. М. Методичні вказівки до проведення семінарських і практичних занять з дисципліни “ Дослідження та регулювання споживчого ринку” для здобувачів вищої освіти спец. "Менеджмент" другого (магістерського) рівня вищої освіти /упорядник І.М. Трало. Рівне: РДГУ, 2020. 20 с.
- 4.Трало І. М. Робочий зошит з дисципліни “Дослідження та регулювання споживчого ринку” для здобувачів вищої освіти спец. "Менеджмент" другого (магістерського) рівня вищої освіти /упорядник І.М. Трало. Рівне: РДГУ, 2020. 16 с.

17. Питання для підготовки до підсумкового контролю

1. Мета, завдання, об’єкт та предмет навчальної дисципліни «Дослідження та регулювання споживчого ринку».
2. Теоретико-методичні аспекти визначення сутності поняття ринку.
3. Поняття «ринку». Загальна характеристика ринку.
4. Структура, функції та види ринків.
5. Фактори ринкового попиту. Ринковий потенціал.
6. Підходи до вивчення ринків. Історичний аспект виникнення та розвитку «дослідження ринку».
7. Порядок проведення досліджень ринку.
8. Правило роботи ринку (етикет ринку).
9. Завдання досліджень ринку. Об’єкт досліджень ринку.
10. Концепція та методологія досліджень ринку.
11. Макросередовище у дослідженнях ринку. Фактори макросередовища.
12. Мідосередовище у дослідженнях ринку.
13. Внутрішні контактні аудитори. Мікросередовище у дослідженнях ринку.
14. Типи клієнтурних ринків. Контактні аудиторії.
15. Поняття ринкової інформації. Види ринкової інформації.
16. Структура ринкової інформації. Ринкова інформаційна система.
17. Методи збору ринкової інформації (первинної та вторинної).
18. Поняття попиту. Споживчий попит. Види попиту.
19. Система показників попиту. Чинники прогнозування попиту.
20. Завдання державного регулювання споживчого попиту.
21. Пропозиція. Сутність пропозиції, основні характеристики.
22. Особливості формування пропозиції на споживчому ринку.

23. Інформаційне забезпечення прогнозування пропозиції.
24. Основні завдання державного регулювання попиту.
25. Інструменти державного регулювання пропозиції.
26. Місткість ринку. Реальна/потенційна місткість.
27. Сутність та склад інфраструктури споживчого ринку.
28. Оптова та роздрібна торгівля як складові інфраструктури споживчого ринку.
29. Показники і методи оцінювання рівня розвитку торговельної інфраструктури споживчого ринку.
30. Завдання та інструментарій державного регулювання розвитку інфраструктури споживчого ринку.
31. Конкуренція. Конкурентна боротьба. Конкурентне середовище.
32. Конкурентний аналіз, його мета.
33. Асортиментна політика. Роль асортиментної політики в конкурентному аналізі.
34. Аналіз конкурентних стратегій. Бенчмаркінг.
35. Роль державного регулювання конкуренції.
36. Інструменти регулювання конкурентного середовища.
37. Маркетингові функції. Планування маркетингової діяльності.
38. Класифікація маркетингових досліджень.
39. Аутсорсинг маркетингових функцій.
40. Реакція ринку на маркетингові дії. Форми та типи реакції. Моделі реакції ринку.

18. Рекомендована література (основна, допоміжна):

1. Актуальні питання розвитку економіки: теорія і практика: колективна монографія / за ред. А. О. Касич., М. М. Хоменко. Кременчук: ТОВ «Кременчуцька міська друкарня», 2012. 304 с.
2. Білокінь Т.Г. Методика діагностики регіонального споживчого ринку. Вісник ЖДТУ Економічні науки. 2010. № 3(53). С. 226-228.
3. Внутрішній ринок України: теорія та стратегія посткризового розвитку : наук.-метод. розробка / В. Г. Бодров та ін.; за заг. ред. В. Г. Бодрова. Київ : НАДУ, 2011. 80 с.
4. Глобальное экономическое развитие: тенденции, асимметрии, регулирование : монография / Д. Лукьяненко и др. ; под науч. ред. проф. Д. Лукьяненко, А. Поручника, В. Колесова. Киев : КНЭУ, 2013. 466 с.
5. Гриньова В. М., Самойленко В.В. Ринок праці: теоретикометодологічні засади та напрямки розвитку : монографія. Харків : ІНЖЕК, 2007. 168 с.
6. Дейнека Т. А. Соціально-економічні суперечності процесу глобалізації суспільства (політико-економічний аналіз) : монографія. Київ : КНЕУ, 2018. 510 с.
7. Драгомирецька М.І. Проблеми формування кон'юнктури споживчого ринку України. Економіка АПК. 2008. № 10. С. 113.
8. Комерційна діяльність підприємств на товарному ринку: проблеми ефективності торгових операцій: монографія / Яхно Т.П. Башнянин Г.І., Лазур П.Ю., Носов П.С., Футало Т.В. Львів, вид-во Львівська обласна друкарня, 2004. 170 с

9. Лагутін В. Д. Внутрішній ринок споживчих товарів: теорія розвитку і регулювання : монографія. Київ : КНТЕУ, 2008. 327 с.
10. Основи методології та організації наукових досліджень / за ред. А.Є. Конверського. К.: Центр учбової літератури, 2010. 352 с
11. Споживчий ринок України: методологія дослідження та регулювання: монографія / ред. Л.О. Лігоненко. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2007. 379 с.
12. Катран М.В. Внутрішній ринок споживчих товарів в умовах глобальної конкуренції: автореф. дис. ... канд. екон. наук. Київ, 2018. 21 с.
13. Маловичко С.В. Аналіз сучасних тенденцій та динаміки розвитку електронної торгівлі на підприємствах України. Проблеми економіки. 2015. № 2. С. 71 – 77
14. Методика визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку, затверджена розпорядженням Антимонопольного комітету України від 05.03.2003 р. № 49-р та зареєстрована в Міністерстві юстиції України 1.04.2002 р. за № 317/6605.
15. Окландер М. А. Поведінка споживача : навч. посіб. / М. А. Окландер, І. О. Жарська – К. : Центр учбової літератури, 2014. – 208 с. 11.
16. Основи споживчих знань : навчальний посібник для вищих навчальних закладів / С. А. Вегера, А. С. Єрохіна, К. О. Максименко, Н. В. Притульська, Р. Ю. Ханік-Посполітак; за заг. ред. К. О. Максименко, О. В. Овчарук – К.: К.І.С., 2008. – 192 с.
17. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов / пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. 454 с.
18. Прокопенко О. В., Троян М. Ю. Поведінка споживачів: навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 176 с.
19. Серова І. А. Дослідження і прогнозування економічної кон'юнктури : конспект лекцій / І. А. Серова, Т. С. Мирна. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2008. – 92 с.
20. Яхно Т.П. Розвиток національної економіки в індикаторах споживчого ринку: теорія, методологія, практика: дис. ... д-ра екон. наук: спец. 08.00.03. Полтава, 2019. 524 с.

19. Інформаційні (інтернет) ресурси

1. Аналіз ефективності монетарної політики Національного банку України. URL: https://feao.org.ua/wp-content/uploads/2016/08/FEAO_Analysisof-the-NBU-Monetary-Pollicy-Effectiveness_A5_03.pdf/.
2. Буркат Н. Стан і перспективи розвитку споживчого ринку України [Електронний ресурс] / Н. Буркат, Н. Малиш, В. Приходько – Режим доступу до статті : [http://www.niss.gov.ua/Table/Jalilo 16/023.htm](http://www.niss.gov.ua/Table/Jalilo%2016/023.htm)
3. Гольдштейн Г. Я., Катаев А. В. Маркетинг: учебное пособие для магистрантов / Г. Я. Гольдштейн, А. В. Катаев <http://mirtshb.com/d/234910/d/marketing---uchebnoe-posobie-dlya-magistrantov---goldshiteyn-kataev---93.pdf>
4. Державна служба регуляторної політики з питань регуляторної політики та розвитку підприємництва. URL: <http://www.dkrp.gov.ua/list/19.htm>

5. Мітяєва Т.Л. Сегментація як метод вивчення незадоволених потреб споживача на ринку продуктів швидкого харчування. URL: http://archive.nbuiv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Tiru/2011_31_2/Mityaev.pdf
6. Оболенцева Л. В. Кон'юнктурні дослідження галузевого ринку: підручник / Л. В. Оболенцева; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х. : ХНАМГ, 2010. – 249 с. Електронний 184 ресурс. Режим доступу: http://eprints.kname.edu.ua/17602/1/2010_печ._КДГР_ПІДРУЧНИК.pdf
7. Реакция рынка. Електроний ресурс. Режим доступу: http://finance-credit.biz/osnovyi-marketinga/reaktsiya-ryinka_12729.html
8. Теоретико-методичні аспекти визначення сутності поняття ринку. Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.rusnauka.com/33_DWS_2013/Economics/14_149412.doc.htm
9. Регіональна стратегія (Рівненської області) до 2027 року. URL: <https://www.rv.gov.ua/storage/app/sites/11/2020/strategia-2027-proekt.pdf>

Робоча програма дисципліни «Дослідження та регулювання споживчого ринку»
перезатверджена без змін та доповнень (зі змінами та доповненнями) на
20__-20__ навчальний рік на засіданні кафедри менеджменту.

Розділ робочої програми навчальної дисципліни	Зміни і доповнення

Протокол від “___” _____ 20__ року № ___
Завідувач кафедри _____ (_____
(підпис) (прізвище та ініціали)

Робочу програму схвалено навчально-методичною комісією факультету
Протокол від “___” _____ 20__ року № ___
Голова навчально-методичної комісії _____ (_____
(підпис) (прізвище та ініціали)

Робоча програма дисципліни «Дослідження та регулювання споживчого ринку»
перезатверджена без змін та доповнень (зі змінами та доповненнями) на
20__-20__ навчальний рік на засіданні кафедри менеджменту.

Розділ робочої програми навчальної дисципліни	Зміни і доповнення

Протокол від “___” _____ 20__ року № ___
Завідувач кафедри _____ (_____
(підпис) (прізвище та ініціали)

Робочу програму схвалено навчально-методичною комісією факультету
Протокол від “___” _____ 20__ року № ___
Голова навчально-методичної комісії _____ (_____)

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни	ВК05 Дослідження та регулювання споживчого ринку
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	3 кредити / 90 год.
Вид підсумкового контролю	залік
Викладач (і)	Трало Ірина Миколаївна
Профайл викладача (ів) на сайті кафедри, в соцмережі	https://cutt.ly/kWT3jns
E-mail викладача	iryna.tralo@rshu.edu.ua
Посилання на освітній контент дисципліни в CMS Moodle (за наявності) або на іншому ресурсі	https://drive.google.com/drive/folder/s/1NyRaDrklP0RqFToTt3xOQ1uXsYbXspkA?usp=sharing
Мова викладання	Українська
Консультації	https://cutt.ly/QW1vKjz

ЦІЛІ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета: формування у майбутніх магістрів менеджменту системних спеціальних знань щодо розвитку ринку споживчих товарів та послуг в економіці країни, засвоєння методичних засад та формування практичних навичок з вивчення, оцінки та регулювання споживчого ринку.

Завданням навчальної дисципліни є формування знань про комплекс спеціальних методів та технологій, що використовуються при виконанні досліджень ринку; навчання використання результатів досліджень ринку для підвищення ефективності прийняття управлінських рішень.

В процесі вивчення дисципліни «Дослідження та регулювання споживчого ринку» здобувачі вищої освіти повинні:

- отримати ґрунтовні знання управлінської діяльності, які дають можливість самостійно реалізовувати процес дослідження споживчого ринку;
- ознайомитися з особливостями і проблемами інструментарію державного регулювання споживчого ринку;
- отримати знання, що дозволяють здійснювати прогнозування споживчого попиту та пропозиції;
- оволодіти прийомами та техніками формування стратегії досліджень споживчого ринку;
- оволодіти практичними навичками визначення критеріїв ефективності маркетингових інструментів досліджень споживчого ринку.

В процесі опанування даної дисципліни здобувач вищої освіти набуває наступних **професійних компетенцій:**

Інтегральна - здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері менеджменту, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначеності умов і вимог.

Загальні –

- ЗК01. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

- ЗК05. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

Фахові -

- СК01. Здатність обирати та використовувати концепції, методи та інструментарій менеджменту, в тому числі у відповідності до визначених цілей та міжнародних стандартів.

- СК09. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, приймати ефективні управлінські рішення та забезпечувати їх реалізацію.

Програмні результати навчання (ПРН) –

- Р01. Критично осмислювати, вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для управління в непередбачуваних умовах

- Р03. Проектувати ефективні системи управління організаціями.

- Р06. Мати навички прийняття, обґрунтування та забезпечення реалізації управлінських рішень в непередбачуваних умовах, враховуючи вимоги чинного законодавства, етичні міркування та соціальну відповідальність.

ПЕРЕДУМОВИ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ТА КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ

Ефективність засвоєння змісту дисципліни «Дослідження та регулювання споживчого ринку» значно підвищиться, якщо здобувач вищої освіти попередньо опанував матеріал таких дисциплін як «Методологія і методи наукових досліджень», «Менеджмент організацій», «Комп'ютерно-інформаційні технології бізнесу», «Управління змінами», «Фінансовий менеджмент», «Ділове адміністрування», «Маркетинговий менеджмент».

Мотивація здобувачів вищої освіти здійснюється шляхом вирішення практичних кейсів, які демонструють необхідність вивчення дисципліни «Дослідження та регулювання споживчого ринку».

Спільна (групова) діяльність забезпечується шляхом спільної роботи здобувачів вищої освіти над вирішенням кейсів та ситуаційних завдань, пов'язаних із проблемними моментами дослідження та регулювання споживчого ринку.

Самостійна діяльність здобувачів вищої освіти забезпечується шляхом самостійного ознайомлення ними із основними темами навчального курсу; самостійною підготовкою доповідей та презентацій, що висвітлюють проблемні моменти дослідження та регулювання ринку; проведенням наукових досліджень у сфері державного регулювання ринку із подальшою підготовкою тез доповідей на наукові конференції.

ПЕРЕЛІК ТЕМ

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи дослідження ринку.

1. Сутнісно-змістовна основа дослідження ринку
2. Макросередовище та мікросередовище у дослідженнях ринку
3. Інформаційні аспекти дослідження та регулювання ринку
4. Теоретико-методичні засади прогнозування попиту та пропозиції споживчих товарів
5. Інструменти державного регулювання попиту та пропозиції

Змістовний модуль 2. Методологія дослідження та регулювання ринку.

6. Дослідження місткості ринку та його сегментів
7. Інфраструктура споживчого ринку
8. Дослідження конкурентного середовища і конкурентів
9. Регулювання конкурентного середовища споживчого ринку
10. Місце маркетингу в дослідженні споживчого ринку, форми та типи реакцій ринку

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ТА ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

Основна

1. Актуальні питання розвитку економіки: теорія і практика: колективна монографія / за ред. А. О. Касич., М. М. Хоменко. Кременчук: ТОВ «Кременчуцька міська друкарня», 2012. 304 с.
2. Білокінь Т.Г. Методика діагностики регіонального споживчого ринку. Вісник ЖДТУ Економічні науки. 2010. № 3(53). С. 226-228.
3. Внутрішній ринок України: теорія та стратегія посткризового розвитку : наук.-метод. розробка / В. Г. Бодров та ін.; за заг. ред. В. Г. Бодрова. Київ : НАДУ, 2011. 80 с.
4. Глобальное экономическое развитие: тенденции, асимметрии, регулирование : монография / Д. Лукьяненко и др. ; под науч. ред. проф. Д. Лукьяненко, А. Поручника, В. Колесова. Киев : КНЭУ, 2013. 466 с.
5. Гриньова В. М., Самойленко В.В. Ринок праці: теоретикометодологічні засади та напрямки розвитку : монографія. Харків : ІНЖЕК, 2007. 168 с.
6. Дейнека Т. А. Соціально-економічні суперечності процесу глобалізації суспільства (політико-економічний аналіз) : монографія. Київ : КНЕУ, 2018. 510 с.
7. Драгомирецька М.І. Проблеми формування кон'юнктури споживчого ринку України. Економіка АПК. 2008. № 10. С. 113.
8. Комерційна діяльність підприємств на товарному ринку: проблеми ефективності торгових операцій: монографія / Яхно Т.П. Башнянин Г.І., Лазур П.Ю., Носов П.С., Футало Т.В. Львів, вид-во Львівська обласна друкарня, 2004. 170 с
9. Лагутін В. Д. Внутрішній ринок споживчих товарів: теорія розвитку і регулювання : монографія. Київ : КНТЕУ, 2008. 327 с.
10. Основи методології та організації наукових досліджень / за ред. А.Є. Конверського. К.: Центр учбової літератури, 2010. 352 с

11. Споживчий ринок України: методологія дослідження та регулювання: монографія / ред. Л.О. Лігоненко. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2007. 379 с.
12. Катран М.В. Внутрішній ринок споживчих товарів в умовах глобальної конкуренції: автореф. дис. ... канд. екон. наук. Київ, 2018. 21 с.
13. Маловичко С.В. Аналіз сучасних тенденцій та динаміки розвитку електронної торгівлі на підприємствах України. Проблеми економіки. 2015. № 2. С. 71 – 77
14. Методика визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку, затверджена розпорядженням Антимонопольного комітету України від 05.03.2003 р. № 49-р та зареєстрована в Міністерстві юстиції України 1.04.2002 р. за № 317/6605.
15. Окландер М. А. Поведінка споживача : навч. посіб. / М. А. Окландер, І. О. Жарська – К. : Центр учбової літератури, 2014. – 208 с. 11.
16. Основи споживчих знань : навчальний посібник для вищих навчальних закладів / С. А. Вегера, А. С. Єрохіна, К. О. Максименко, Н. В. Притульська, Р. Ю. Ханік-Посполітак; за заг. ред. К. О. Максименко, О. В. Овчарук – К.: К.І.С., 2008. – 192 с.
17. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов / пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. 454 с.
18. Прокопенко О. В., Троян М. Ю. Поведінка споживачів: навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 176 с.
19. Серова І. А. Дослідження і прогнозування економічної кон'юнктури : конспект лекцій / І. А. Серова, Т. С. Мирна. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2008. – 92 с.
20. Яхно Т.П. Розвиток національної економіки в індикаторах споживчого ринку: теорія, методологія, практика: дис. ... д-ра екон. наук: спец. 08.00.03. Полтава, 2019. 524 с.

Посилання на сайти

1. Аналіз ефективності монетарної політики Національного банку України. URL: https://feao.org.ua/wp-content/uploads/2016/08/FEAO_Analysisof-the-NBU-Monetary-Pollicy-Effectiveness_A5_03.pdf/.
2. Буркат Н. Стан і перспективи розвитку споживчого ринку України [Електронний ресурс] / Н. Буркат, Н. Малиш, В. Приходько – Режим доступу до статті : <http://www.niss.gov.ua/Table/Jalilo 16/023.htm>
3. Гольдштейн Г. Я., Катаев А. В. Маркетинг: учебное пособие для магистрантов / Г. Я. Гольдштейн, А. В. Катаев <http://mirtshb.com/d/234910/d/marketing---uchebnoe-posobie-dlya-magistrantov---goldshiteyn-kataev--- 93.pdf>
4. Державна служба регуляторної політики з питань регуляторної політики та розвитку підприємництва. URL: <http://www.dkrp.gov.ua/list/19.htm>
5. Мітяєва Т.Л. Сегментація як метод вивчення незадоволених потреб споживача на ринку продуктів швидкого харчування. URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Tiru/2011_31_2/Mityaev.pdf
6. Оболенцева Л. В. Кон'юнктурні дослідження галузевого ринку: підручник / Л. В. Оболенцева; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х. : ХНАМГ, 2010. – 249 с.

- Електронний 184 ресурс. Режим доступу: http://eprints.kname.edu.ua/17602/1/2010_печ._КДГР_ПІДРУ_ЧНИК.pdf
7. Реакція ринку. Електронний ресурс. Режим доступу: http://finance-credit.biz/osnovyi-marketinga/reaktsiya-ryinka_12729.html
8. Теоретико-методичні аспекти визначення сутності поняття ринку. Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.rusnauka.com/33_DWS_2013/Economics/14_1494_12.doc.htm
9. Регіональна стратегія (Рівненської області) до 2027 року. URL: <https://www.rv.gov.ua/storage/app/sites/11/2020/strategia-2027-proekt.pdf>

ТЕХНІЧНЕ Й ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ /ОБЛАДНАННЯ

Ноутбук, персональний комп'ютер, мобільний пристрій (телефон, планшет) з підключенням до Інтернету для:

- комунікації та опитувань;
- виконання домашніх завдань;
- виконання завдань самостійної роботи;
- проходження тестування (поточний, модульний, підсумковий контроль).

ВИДИ ТА МЕТОДИ НАВЧАННЯ І ОЦІНЮВАННЯ

Код компетентності (згідно ОПІ)	Назва компетентності	Код програмного результату навчання	Назва програмного результату навчання	Методи навчання	Методи оцінювання результатів навчання
ЗК1	Здатність проведення досліджень на відповідному рівні	Р1	Критично осмислювати, вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для управління в непередбачуваних умовах	МН1, МН2, МН3, МН4, МН5, МН6, МН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО10
ЗК5	Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів)	Р6	Мати навички прийняття, обґрунтування та забезпечення реалізації управлінських рішень в непередбачуваних умовах, враховуючи вимоги чинного законодавства, етичні міркування та соціальну відповідальність	МН1, МН2, МН3, МН5, МН6	МО2 МО4 МО6 МО7 МО10
СК1	Здатність обирати та використовувати концепції, методи	Р1	Критично осмислювати, вибирати та використовувати	МН1, МН2, МН3, МН4, МН5, МН6,	МО2 МО4 МО6

Код компетентності (згідно ОПП)	Назва компетентності	Код програмного результату навчання	Назва програмного результату навчання	Методи навчання	Методи оцінювання результатів навчання
	та інструментарій менеджменту, в тому числі у відповідності до визначених цілей та міжнародних стандартів		необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для управління в непередбачуваних умовах	МН7	МО7 МО10
СК9	Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, приймати ефективні управлінські рішення та забезпечувати їх реалізацію.	Р3	Проектувати ефективні системи управління організаціями	МН1, МН2, МН3, МН4, МН5, МН6, МН7	МО2 МО4 МО6 МО7 МО10

МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Під час вивчення дисципліни «Дослідження та регулювання споживчого ринку» використовуються такі 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 (розв'язання завдань);

МН7 – індивідуальна науково-дослідна робота студентів

МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Під час вивчення дисципліни «Дослідження та регулювання споживчого ринку» використовуються такі методи оцінювання:

МО2 – усне або письмове опитування

МО4 – тестування;

МО6 – реферати, есе;

МО7 – презентації результатів та досліджень;

МО9 – захист лабораторних і практичних робіт виконаних завдань;

МО10 – залік.

РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ ЗДОБУВАЧІ ВИЩОЇ ОСВІТИ ПРИ ВИВЧЕННІ ДИСЦИПЛІНИ «ДОСЛІДЖЕННЯ ТА РЕГУЛЮВАННЯ СПОЖИВЧОГО РИНКУ»

Поточне оцінювання та самостійна робота										Сума
Змістовий модуль № 1					Змістовий модуль № 2					
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	100
8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	
Модульний контроль – 10					Модульний контроль - 10					

СИСТЕМА ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ У РІВНЕНСЬКОМУ ДЕРЖАВНОМУ ГУМАНІТАРНОМУ УНІВЕРСИТЕТІ

Еквівалент оцінки в балах для кожної окремої теми / виду діяльності може бути різний, загальну суму балів за тему визначено в розподілі балів, які отримують здобувачі вищої освіти при вивченні дисципліни.

Результат освітньої діяльності здобувача вищої освіти оцінюється відповідно до Положення про оцінювання знань і умінь здобувачів вищої освіти РДГУ за такими рівнями та критеріями:

Суми балів за 100-бальною шкалою	Оцінка в ЕКТС	Значення оцінки ЕКТС	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	дуже добре	здобувач вищої освіти вільно володіє теоретичним матеріалом, застосовує його на практиці, вільно розв'язує вправи 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,	Середній (репродуктивний)	задовільно	

Суми балів за 100-бальною шкалою	Оцінка в ЄКТС	Значення оцінки ЄКТС	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка за національною шкалою	
					екзамен	залік
			за допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, виправляти помилки, з-поміж яких є значна кількість суттєвих			
60-63	E	достатньо	здобувач вищої освіти володіє навчальним матеріалом на рівні, вищому за початковий, значну частину його відтворює на репродуктивному рівні			
35-59	FХ	незадовільно з можливістю повторного складання семестрового контролю	здобувач вищої освіти володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу	Низький (рецептивно-продуктивний)	незадовільно	не зараховано
1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	здобувач вищої освіти володіє матеріалом на рівні елементарного розпізнання і відтворення окремих фактів, елементів, об'єктів	Низький (рецептивно-продуктивний)	незадовільно	не зараховано

Підсумкова (загальна) оцінка з навчальної дисципліни «Дослідження та регулювання споживчого ринку» є сумою рейтингових оцінок (балів), одержаних за окремі оцінювані форми навчальної діяльності: поточне та підсумкове оцінювання рівня засвоєння теоретичного матеріалу під час аудиторних занять та самостійної роботи (модульний контроль); оцінка (бали) за виконання ситуаційних завдань; оцінка (бали) за практичну діяльність; оцінка (бали) за участь у наукових конференціях, олімпіадах, підготовку наукових публікацій тощо.

Екзамен з дисципліни «Дослідження та регулювання споживчого ринку» виставляється за результатами поточного модульного контролю. Здобувачам вищої освіти надається право підвищувати свій рейтинг лише після завершення вивчення навчальної дисципліни.

ПОЛІТИКА ДИСЦИПЛІНИ

Під час 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.