

	<p>СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКІВ (В Т.Ч. ІНФРАСТРУКТУРА РИНКУ)»</p> <p>Рівень вищої освіти: Перший (бакалаврський) Спеціальність: <u>075 Маркетинг</u> Рік навчання: <u>2-й, семестр 4-й</u> Кількість кредитів ECTS: <u>5 кредитів</u> Назва кафедри: <u>Аграрного менеджменту та</u> <u>маркетингу</u> Мова викладання: <u>українська</u></p>
<p>Лектор курсу</p>	<p>к.е.н., доцент Мазур Катерина Василівна</p>
<p>Контактна інформація лектора (e-mail)</p>	<p>mazurk@vsau.vin.ua, kv_mazur@ukr.net</p>

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Дослідження ринків (в т.ч. інфраструктура ринку)» є обов'язковою компонентою ОПП.

Загальний обсяг дисципліни 150 год.: лекції – 26 год.; практичні заняття – 24 год., самостійна робота – 100 год.

Формат проведення: лекції, практичні заняття, семінарські заняття, консультації. Підсумковий контроль – залік.

ПРЕРЕКВІЗИТИ І ПОСТРЕКВІЗИТИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

При вивченні даної дисципліни використовуються знання, отримані з таких дисциплін (пререквізитів): «Історія України», «Іноземна мова», «Фінансова грамотність», «Економічна теорія (Основи економічної теорії)», «Основи наукових досліджень», «Економічна теорія (Мікроекономіка, Макроекономіка)»;

основні положення навчальної дисципліни мають застосовуватися при вивченні таких дисциплін (постреквізитів): «Маркетингові дослідження», «Маркетингова товарна політика (в т.ч. інноваційна політика)», «Маркетингова цінова політика», «Логістика».

ХАРАКТЕРИСТИКА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Призначення навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна «Дослідження ринків (в т.ч. інфраструктура ринку)» призначена для вивчення методів та підходів аналізу і прогнозування розвитку ринків з метою прийняття ефективних управлінських рішень.

Мета вивчення навчальної дисципліни

Метою вивчення компоненти «Дослідження ринків (в т.ч. інфраструктура ринку)» є формування у здобувачів вищої освіти знань теорії та практики використання принципів, методів і показників для оцінювання, аналізу та прогнозування основних параметрів розвитку ринків.

Завдання вивчення дисципліни

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен володіти інтегральною, загальними, фаховими компетентностями та програмними результатами, зокрема:

Інтегральна компетентність (ІК):

ІК. Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК 8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

Спеціальні (фахові) компетентності (СК):

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

Програмні результати навчання (Р):

P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

Вивчення даної дисципліни формує у здобувачів освіти соціальні навички (softskills): комунікативність (реалізується через: метод роботи в групах, метод самопрезентації), робота в команді (реалізується через: метод проєктів), лідерські навички (реалізується через: робота в групах, метод проєктів, метод самопрезентації).

План вивчення навчальної дисципліни

№ тижня	Назва теми	Форми організації навчання та кількість годин		Самостійна робота, кількість годин
		лекційні заняття	практичні заняття	
1	Сутність, ознаки та види ринків.	2	2	9
2	Сутність, поняття та завдання дисципліни «Дослідження ринку (в т.ч. інфраструктура ринку)».		2	9
3	Інформаційні аспекти дослідження ринку.	2	4	13
4	Макросередо-вище та мікросередовище у дослідженні ринку.	4	2	10
5	Дослідження місткості ринку та його сегментів.	4	2	9
6	Дослідження кон'юнктури ринку.	4	4	9
7	Дослідження конкурентного середовища і конкурентів.	2	2	11
8	Дослідження динаміки і стійкості розвитку ринку.	4	2	10
9	Місце маркетингу в дослідженні ринку.	2	2	10
10	Форми і типи реакцій ринку на маркетингові дії.	2	2	10
	Разом:	26	24	100

Самостійна робота здобувача вищої освіти

Самостійна робота здобувачів вищої освіти є основним засобом засвоєння навчального матеріалу під час поза аудиторної навчальної роботи. Самостійна робота здобувачів вищої освіти спрямована на закріплення

теоретичних знань, отриманих здобувачем за час навчання, їх поглиблення, а також набуття та вдосконалення практичних навичок і вмінь відповідно до обраної спеціальності.

Самостійна робота студента організовується шляхом видачі індивідуального переліку питань і практичних завдань з кожної теми, які не виносяться на аудиторне опрацювання та виконання індивідуального творчого завдання (гугл-презентації).

Виконання здобувачем самостійної роботи передбачає, за необхідності, отримання консультацій з викладачем. Навчальний матеріал освітньої компоненти, передбачений робочою програмою навчальної дисципліни для засвоєння здобувачем у процесі самостійної роботи, виносяться на поточний і підсумковий контроль поряд з навчальним матеріалом, який опрацьовувався під час аудиторних занять. Організація самостійної роботи здобувачів передбачає: планування обсягу, змісту, завдань, форм і методів контролю самостійної роботи, розробку навчально-методичного забезпечення; виконання здобувачем запланованої самостійної роботи; контроль та оцінювання результатів, їх систематизацію, оцінювання ефективності виконання здобувачем самостійної роботи.

Індивідуальні завдання здобувач виконує самостійно під керівництвом викладача згідно з індивідуальним навчальним планом.

У випадку реалізації індивідуальної освітньої траєкторії здобувача заняття можуть проводитись за індивідуальним графіком.

Під час роботи над індивідуальними завданнями, розв'язуванням задач не допустимо порушення академічної доброчесності. Презентації та виступи мають бути авторськими та оригінальними.

Види самостійної роботи

№	Вид самостійної роботи	Години	Терміни виконання	Форма та метод контролю
1	Підготовка до лекційних та практичних занять	30	щотижнево	Усне та письмове опитування, тестовий контроль, обговорення проблемних питань, вирішення ситуаційних задач
2	Підготовка самостійних питань з тематики дисципліни	30	щотижнево	Усне та письмове опитування, обговорення проблемних питань
3	Індивідуальні творчі завдання	20	1 раз	Захист індивідуального завдання, обговорення, виступ з презентацією
4	Підготовка до контрольних заходів	20	2 рази	Усне та письмове опитування, тестування у системі СОКРАТ та MOODLE
Разом		100		

Список основної та додаткової літератури

Основна:

1. Барабанова В.В. Маркетингові дослідження [Текст]: навч. посіб. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2020. 136 с.
2. Безугла Л. С., Ільченко Т. В., Юрченко Н. І. та ін. Маркетингові дослідження: навч. посіб. Дніпро: Видавець Біла К. О., 2019. 300 с.
3. Дослідження ринку : конспект лекцій / укладачі: Г. А. Мішеніна, Ю. Т. Матвеева. Суми : Сумський державний університет, 2015. 185 с.
4. Котлер Філіп, Армстронг Гарі. Основи маркетингу. Діалектика. 2020. 880 с.
5. Котлер Філіп, Катарджая Гермаван, Сетьяван Іван. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. КМ-БУКС. 2019. 224 с.
6. Логоша Р. В., Ціхановська В. М. Маркетингове дослідження світових аграрних ринків Вісник Одеського національного університету. Економіка. Том 22. Випуск 7 (60). 2017 р. – С. 42-51.
7. Маркетинг : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.]; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.
8. Маркетингове дослідження ринку овочевої продукції в Україні: монографія / Р.В. Логоша, К.В. Мазур, В.Ю. Кричковський. Вінниця: ТОВ «ТВОРИ», 2021. – 344 с
9. Оболенцева Л. В. Кон'юнктурні дослідження галузевого ринку: підручник / Л. В. Оболенцева; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Харків : ХНАМГ, 2010. 249 с.
10. Окландер М. А. Поведінка споживача : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2014. 208 с.
11. Старостіна А.О. Маркетингові дослідження національних і міжнародних ринків: Підручник. – К.: ТОВ «Лазарит-Поліграф», 2012. 480 с.

Додаткова:

1. Жегус О.В., Парцирна Т.М. Маркетингові дослідження: навчальний посібник. Харків. 2016. 237 с.
2. Жуликова О. В. та Решетникова Е. О. Проведення маркетингових досліджень ринку. Висновки за результатами дослідження. Tkmandarin 2020. URL: <https://tkmandarin.ru/uk/provedenie-marketingovyh-issledovaniy-rynka-vyvody-po-rezultatam-marketingovogo-issledovaniya-issl/>
3. Інфраструктура товарного ринку : конспект лекцій / уклад. О. В. Боднарук. Маріуполь : ПДТУ, 2020. 174 с.
4. Котлер Філіп. Маркетинг від А до Я. 80 концепцій, які має знати кожен менеджер. Альпіна Паблішер Україна. 2021. 252 с.
5. Логоша Р. В. Теорії державного регулювання економіки в контексті сучасної моделі ринку. Information economy: knowledge, competition and increase: collective monograph. С.Е.І.М., Valencia, Venezuela. 2017. 108 p. P. 30–39.
6. Логоша Р. В. Формування постіндустріального ринку овочевої продукції в Україні: монографія. Вінниця: ПрАТ «Вінницька обласна друкарня». 2017. 515 с.
7. Маркетинг. Навчальний посібник / Старостіна А.О., Кравченко В.А., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. / За заг.ред. проф. Старостіної А.О. – Київ: «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с.
8. Маркетингова цінова політика. Навчальний посібник / Ларіна Я.С., Барилевич О.М., Гальчинська Ю.М., Рафальська В.А., Бабічева О.І., Рябчик А.В. та ін. Харків: Діса-плюс, 2016. 208 с.
9. Маркетингові дослідження : навч. посіб. / Безугла Л.С., Ільченко Т.В., Юрченко Н.І. та ін.. – Дніпро: Видавець Біла К.О., 2019. - 300 с.
10. Парсяк В.Н. Маркетинг: сучасна концепція та технології: підручник. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. 324 с
11. Прауде В.Р. Білий О.Б. Маркетинг. Навч. Посібник. К. Вища школа. 2015. 256 с.
12. Решетілова Т.Б., Довгань С.М. Маркетингові дослідження: підручник. Дніпропетровськ: НГУ, 2015. 357 с
13. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
14. Старостіна А.О. Маркетингові дослідження національних і міжнародних ринків: Підручник. К. «Лазарит Поліграф». 2012. 480 с.
15. Фірсова С. Г. Маркетинг нововведень:: Навчальний посібник. Київський національний університет імені Т. Шевченка. 2017. 150 с.
16. Храбатин О.І., Яворська Л.В. Маркетинг: Навчальний посібник. За наук. ред. О. А. Тимчик. Київ : Видавництво, 2014. 284 с.

Інформаційні ресурси

1. Тестові завдання з навчальної дисципліни «Дослідження ринків (в т. ч. інфраструктура ринку)» (внутрішній сайт ВНАУ) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://socrates.vsau.org/b04213/literat/test_adm.php
2. Методичні розробки (внутрішній сайт ВНАУ, репозиторій ВНАУ). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://socrates.vsau.org/repository/index.php?lang=uk>
3. Тестові завдання з навчальної дисципліни «Дослідження ринків (в т. ч. інфраструктура ринку)» (Moodle ВНАУ) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://81.30.162.29:2221/>
4. Верховна Рада України. Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/>
5. Державний комітет статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.
6. Світова організація торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.wto.org.
7. Статистична звітність емітентів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.smida.gov.ua/db/emitent
8. Всесвітній економічний форум [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.weforum.org/>

Контроль і оцінка результатів навчання

Розподіл балів між формами організації навчального процесу і видами контрольних заходів: поточний контроль - загальна відповідність заявленим компетентностям за результатами лекційних, практичних занять та самостійної роботи - 50 балів (усний контроль: опитування, бесіди, доповіді, повідомлення на задану тему та ін., індивідуальні завдання, розв'язування ситуаційних вправ та ін.); рубіжний контроль (колоквіум у формі тестування) - 10 балів; за показниками наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності - 10 балів, підсумковий контроль, (залік в усній або тестовій формі) - 30 балів. Разом: 100 балів. Якщо здобувач протягом семестру за підсумками поточного та рубіжного контролів набрав (отримав) менше половини максимальної оцінки з навчальної дисципліни (менше 35 балів), то він до заліку не допускається. Крім того, обов'язковим при мінімальній кількості балів за підсумками поточного та рубіжного контролів є виконання студентом додаткового завдання з метою добору балів для допущення до підсумкового контролю.

Розподіл балів за видами навчальної діяльності

Вид навчальної діяльності	Бали
Атестація 1	
Участь у дискусіях на лекційних заняттях	5
Участь у роботі на практичних заняттях	5
Виконання домашніх завдань	5
Виконання контрольних робіт, тестування	5
Рубіжний контроль	10
Всього за атестацію 1	30
Атестація 2	
Участь у дискусіях на лекційних заняттях	5
Участь у роботі на практичних заняттях	5
Виконання домашніх завдань	5
Виконання контрольних робіт, тестування	5
Індивідуальні та групові творчі завдання (вирішення і письмове оформлення завдань, схем, діаграм, інших робіт графічного характеру; презентації за заданою проблемною тематикою, дослідницькі проекти)	10
Всього за атестацію 2	30
Показники наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності	10
Підсумкове тестування	30
Разом	100

Шкала оцінки знань здобувача

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90 – 100	A	відмінно
82-89	B	добре
75-81	C	
66-74	D	задовільно
60-65	E	
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Програма навчальної дисципліни передбачає врахування результатів неформальної та інформальної освіти при наявності підтверджуючих документів як окремі кредити вивчення навчальних дисциплін.

Критерії поточного оцінювання знань здобувачів вищої освіти

Участь у дискусіях на лекційних та практичних заняттях, виконання контрольних робіт, індивідуальні та групові творчі завдання, тестування	Критерії оцінювання
90-100%	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу. Правильно вирішив усі тестові завдання.
73-89%	Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно вирішив більшість тестових завдань.
55-72%	В цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки. Правильно вирішив половину тестових завдань.
35-54%	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності, правильно вирішив меншість тестових завдань.
15-34%	Частково володіє навчальним матеріалом не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів та письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки. Правильно вирішив окремі тестові завдання.
0-15%	Не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань. Не вирішив жодного тестового завдання.