


Силабус навчальної дисципліни

	<p>Силабус навчальної дисципліни «МАРКЕТИНГІ ДОСЛІДЖЕННЯ»</p> <p>Спеціальність: 232 Соціальне забезпечення Галузь знань: 23 Соціальна робота Факультет: Економіко-гуманітарних наук та права Кафедра: Маркетингу та логістики Викладач: к.е.н., доц Кучкова О.В.</p>
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Статус дисципліни	Обов'язкова
Семестр/тетраметр	5, 6 (п'ятий, шостий) / 10, 11
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/загальна кількість годин	6,0/180 годин
МЕТА дисципліни	полягає в наданні знань щодо системи, методів та алгоритмів аналізу внутрішнього і зовнішнього бізнес-середовища підприємств.
Чому можна навчитись (Результати навчання)	<p>ПРН4. Вміння застосовувати статистичну, методичну та нормативну базу системи соціального захисту населення;</p> <p>ПРН11. Визначати соціальні проблеми та потреби і причини їх виникнення, тенденції розвитку, наслідки, соціальний стан певних категорій населення;</p> <p>ПРН18. Використовувати відповідні наукові дослідження та застосовувати дослідницькі професійні навички у ході надання соціальної допомоги;</p>
Зміст дисципліни	<p>Змістовий модуль 1 Методологічні основи маркетингових досліджень</p> <p>1 Система маркетингових досліджень</p> <p>2 Маркетингова інформація</p> <p>3 Організація роботи із постачальниками маркетингової інформації</p> <p>Змістовий модуль 2 Маркетингові дослідження та аналіз інформації</p> <p>1 Структура і процес маркетингових досліджень</p> <p>2 Методи збирання первинної інформації</p> <p>3 Визначення місткості ринку та його сегментів</p> <p>4 дослідження кон'юнктури ринку</p> <p>5 Прогнозні дослідження збуту</p> <p>Змістовий модуль 3 Кількісне та якісне маркетингове дослідження</p> <p>1 Дослідження конкурентного середовища і конкурентів</p> <p>2 Дослідження поведінки споживачів</p> <p>3 Маркетингові дослідження внутрішнього середовища підприємства</p> <p>4 Маркетингові дослідження брендів</p> <p>5 Маркетингові дослідження у сфері послуг</p> <p>6 Програмні продукти та їх використання в маркетингових дослідженнях</p>
Види занять	Лекції, практичні, самостійні заняття
Методи навчання	Пасивні: лекція, опитування, тестування, самостійні роботи; активні: бесіда; обговорення проблемних питань; аналіз

	конкретних економічних ситуацій в управлінні людськими ресурсами; розрахункові завдання.
Пререквізити (передумови вивчення дисципліни)	Дисципліни: «Теорія і менеджмент організації», «Менеджмент організації», «Маркетинг», «Економіка підприємства»
Інформаційне забезпечення з фонду та репозитарію ДВНЗ УДХТУ	Основна 1. Астахова А.В. Маркетинг: навч. посіб. Харківський національний економічний ун-т. Х.: Вид. ХНЕУ, 2006. 208 с. 2. Балабанова Л.В. , Холод, І.В. Маркетинг підприємства: навч. посібник. К: ЦУЛ, 2012. 612с. 3. Барабанова В.В. Маркетингові дослідження [Текст]: метод. рек. до вивч. дисц. ДонНУЕТ. Кривий Ріг, 2017. 71 с.
Поточний та семестровий контроль	Індивідуальні тестові завдання, активна робота на практичних заняттях, диф. залік
Електронний ресурс дисципліни	http://do.udhtu.edu.ua/moodle/course/view.php?id=1215