

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ**

**ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ**

**ФАКУЛЬТЕТ КУЛЬТУРОЛОГІЇ**

**КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ КУЛЬТУРИ ТА СОЦІАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

**“ЗАТВЕРДЖУЮ”**

Проректор з навчальної роботи

\_\_\_\_\_ Інна Сташевська

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ**

***СИЛАБУС***

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**

**МЕНЕДЖМЕНТ І АДМІНІСТРУВАННЯ**

Освітній рівень другий (магістерський)

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Затверджено на засіданні кафедри менеджменту культури та соціальних технологій

Протокол від 30 серпня 2021 року № 2

Зав. кафедри менеджменту культури

та соціальних технологій \_\_\_\_\_ Альберт ЦЕРКОВНИЙ

Схвалено радою факультету культурології

Протокол від 30 серпня 2021 року № 1

Голова ради факультету \_\_\_\_\_ Олександр КРАВЧЕНКО

**ХДАК, 2021**

## 1. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО КУРС

Назва курсу	Маркетингові дослідження
Викладач (- і)	З. Остропольська
Профіль викладача (- ів)	zoia_ostropolska@xdak.ukr.education
Контактний телефон та емейл	0673154895
Інформація про консультації	Кожна п'ятниця з 10.10 по 12.40
Логіка вивчення курсу	Основи маркетингу, комунікативний маркетинг

## 2. АНОТАЦІЯ ДО КУРСУ

Вивчення курсу «Маркетингові дослідження» передбачає одержання здобувачами знань, навичок та вмінь у галузі маркетингу та управління маркетинговою діяльністю; ознайомлення із змістом та напрямками маркетингових досліджень, процесом маркетингових досліджень з використанням різних методів отримання інформації та її обробкою, проведення експертних оцінок; навчання прикладним питанням маркетингових досліджень в сфері ринку та процесом прогнозування в маркетингових дослідженнях.

## 3. МЕТА НАВЧАЛЬНОГО КУРСУ

Мета навчального курсу: формування у студентів комплексу необхідних теоретичних знань і практичних навичок зі здійснення маркетингових досліджень в управлінні організації в умовах економіки України, що дозволяє отримати наступні компетенції:

- здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері менеджменту або у процесі навчання, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначеності умов і вимог;
- здатність проведення досліджень на відповідному рівні; здатність до спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності);
- навички використання інформаційних та комунікаційних технологій; здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;
- обирати та використовувати концепції, методи та інструментарій менеджменту, в тому числі у відповідності до визначених цілей та міжнародних стандартів;
- здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління; здатність планувати і виконувати наукові та прикладні дослідження, презентувати їх результати;
- здатність формулювати задачі моделювання, створювати і досліджувати математичні та комп'ютерні моделі, застосовувати статистичні методи і моделі для аналізу об'єктів і процесів у сфері менеджменту.

## 4. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

ПРН13. Вміти планувати і здійснювати інформаційне, методичне, матеріальне, фінансове та кадрове забезпечення організації (підрозділу)

ПРН16. Будувати і досліджувати концептуальні, математичні і комп'ютерні моделі об'єктів і процесів у сфері менеджменту

## 5. ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Ознаки курсу	Обов'язкова, професійна компонента ОПП
Формат курсу	Заочна форма навчання, 1 семестр
Обсяг курсу	Кількість кредитів – 3 Загальна кількість годин – 90 Тижневих годин для денної форми навчання - - аудиторних – 10 самостійної роботи студента - 80

<b>Технічне і програмне забезпечення</b>	Проектор, ноутбук
<b>Форми, види навчальних занять та методи навчання</b>	<b>Форми:</b> навчальні заняття, самостійна робота, контрольні заходи <b>Види:</b> лекція, практичне заняття, консультація. <b>Методи:</b> контроль результатів на занятті, тестування.
<b>Поточний контроль</b>	Передбачено поточний контроль знань у формі усного опитування, рефератів, якості практичних занять, завдань самостійної роботи, тестування.
<b>Підсумковий контроль</b>	Підсумковий контроль засвоєння знань здійснюється у формі заліку.
<b>Політика курсу</b>	Академічна доброчесність, пропущені заняття відробляються у формі виконання письмової практичної роботи.

## **6. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

Перелік тем	Разом годин	Лекційні	Семінарські	Практичні	Сам. робота
Зміст та напрямки маркетингових досліджень	19	2	1		16
Процес маркетингових досліджень	17,5	1	0,5		16
Експертні оцінки	17,5	1	0,5		16
Прикладні питання маркетингових досліджень	18	1	1		16
Прогнозування в маркетингових дослідженнях	18	1	1		16
<b>Всього</b>	90	6	4		80

## **7. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ**

**Шкала орієнтовного нарахування балів за основні форми навчальної діяльності:**

Звіт про виконання самостійної

роботи (реферат, есе тощо)

до 16 балів

публікація

до 10 балів

доповідь на семінарському

занятті

до 16 балів

**Схема нарахування балів, які отримують студенти**

Розділ 1		Розділ 2			ККР	залік	Сума
T1	T2	T3	T4	T5			
16	16	16	16	16	10	20	100

## **Шкала оцінювання: національна та ECTS**

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	<b>A</b>	відмінно	зараховано
82-89	<b>B</b>	добре	
74-81	<b>C</b>		
64-73	<b>D</b>	задовільно	
60-63	<b>E</b>		

35-59	<b>FX</b>	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	<b>F</b>	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

**До Силабусу підготовлені матеріали навчально-методичного комплексу, які розміщуються у профілі викладача:**

1. Навчальний контент (робоча програма)
2. Плани семінарських занять
3. Плани практичних занять
4. Завдання для самостійної роботи
5. Завдання для поточного та підсумкового контролю
6. Рекомендована література до курсу