

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ
ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА»**



**Інститут післядипломної освіти та довузівської підготовки
Кафедра управління та бізнес-адміністрування**

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МАРКЕТИНГОВІ ТА СОЦІОЛОГІЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ

Освітня програма «Публічне управління та адміністрування»
Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування
Галузь знань 28 Публічне управління та адміністрування

Затверджено на засіданні кафедри
управління та бізнес-адміністрування
Протокол № 1 від «27 серпня 2020 р.»

ЗМІСТ

1.	Загальна інформація	3
2.	Опис дисципліни	3
3.	Структура дисципліни	4
4.	Система оцінювання курсу	6
5.	Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу	6
6.	Ресурсне забезпечення	7
7.	Контактна інформація	8
8.	Політика навчальної дисципліни	8

1. Загальна інформація

Назва дисципліни	Маркетингові та соціологічні дослідження
Освітня програма	Публічне управління та адміністрування
Спеціальність	281 Публічне управління та адміністрування
Галузь знань	28 Публічне управління та адміністрування
Освітній рівень	Бакалавр
Статус	Нормативна навчальна дисципліна
Курс \ семестр	3 \ 5
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 16 год. Практичні – 14 год. Самостійна робота – 60 год.
Мова викладання	Українська
Посилання на сайт дистанційного навчання	www.d-learn.pnu.edu.ua

2. Опис дисципліни

Мета та цілі дисципліни
<p>Мета викладання навчальної дисципліни «Маркетингові та соціологічні дослідження» полягає у засвоєнні студентами бакалаврської програми сучасних знань про маркетингові та соціологічні дослідження, історію виникнення, суть, напрями, технологію та методи маркетингових та соціологічних досліджень.</p> <p>Основними цілями є вивчення основних напрямків маркетингових та соціологічних досліджень; методологічних основ дослідження, структури і сутності кожної складової розділів маркетингового та соціологічного дослідження.</p>
Компетентності
<p>ІК. Здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у сфері публічного управління та адміністрування або у процесі навчання, що передбачає застосування теорій та наукових методів відповідної галузі і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.</p> <p>ЗК1. Здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК9. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК13. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів діяльності).</p> <p>ФК.1. Здатність до соціальної взаємодії, до співробітництва й розв'язання конфліктів.</p> <p>ФК.5. Здатність використовувати систему електронного документообігу</p> <p>ФК.7. Здатність розробляти тактичні та оперативні плани управлінської діяльності.</p> <p>ФК.10. Здатність до дослідницької та пошукової діяльності в сфері публічного управління та адміністрування.</p> <p>ФК.11. Здатність у складі робочої групи проводити прикладні дослідження в сфері публічного управління та адміністрування</p>
Програмні результати навчання
<p>ПР11. Уміти здійснювати пошук та узагальнення інформації, робити висновки і формулювати рекомендації в межах своєї компетенції.</p>

ПР16. Використовувати дані статистичної звітності, обліку та спеціальних досліджень у професійній діяльності.

3. Структура дисципліни

№	Тема	Результати навчання	Завдання
1.	Тема 1. Роль маркетингових та соціологічних досліджень в ринковій діяльності	<p>Розуміти суть та значення основних понять та історичних етапів становлення.</p> <p>Ознайомитись з маркетинговим та соціологічним процесом планування, просування, реалізації та управління продуктом.</p> <p>Знати про типові переваги споживачів перед конкурентами.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Бліцопитування ▪ Кейси ▪ Есе ▪ Завдання для самостійного виконання
2.	Тема 2. Поняття та класифікація маркетингових та соціологічних досліджень	<p>Розуміти значення маркетингового та соціологічного дослідження, їх основні напрямки (види) у залежності від об'єкта дослідження.</p> <p>Знати види маркетингових та соціологічних досліджень у залежності від поставлених цілей (розвідувальні дослідження, описові дослідження, каузальні дослідження).</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Тестовий контроль знань ▪ Бліцопитування ▪ Кейси ▪ Есе ▪ Завдання для самостійного виконання
3.	Тема 3. Етапи маркетингового дослідження	<p>Знати етапи проведення маркетингових та соціологічних досліджень їх основні характеристики.</p> <p>Вміти розробляти план дослідження з подальшою реалізацією (збирання, обробка і аналіз отриманої інформації); інтерпретація кінцевих результатів, висновки та їх використання у публічному управлінні.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Тестовий контроль знань ▪ Бліцопитування ▪ Кейси ▪ Есе ▪ Завдання для самостійного виконання
4.	Тема 4. Основні напрями маркетингових та соціологічних досліджень	<p>Вміти аналізувати основні фактори маркетингового мікро- та макросередовища, стан і тенденції розвитку в світі та в Україні.</p> <p>Розуміти маркетинг як управлінський процес та основні функції і задачі маркетингової служби.</p> <p>Знати основні напрямки соціологічних досліджень у маркетингу.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Тестовий контроль знань ▪ Бліцопитування ▪ Кейси ▪ Есе ▪ Завдання для самостійного виконання
5.	Тема 5. Маркетингова інформація та її види.	<p>Вміти аналізувати основні типи необхідної інформації та джерела її одержання.</p> <p>Розуміти поняття первинної і вторинної маркетингової інформації, синдикативної, тощо.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Тестовий контроль знань ▪ Бліцопитування ▪ Кейси ▪ Есе ▪ Завдання для самостійного виконання

6.	Тема 6. Методи і форми збору первинних даних.	Ознайомитися з особливостями інтерв'ю та опитувальною методикою при проведенні маркетингових досліджень (кейс-стаді (case study), “таємничий покупець” (mystery shopping), торгові та споживчі (щоденникові) панелі, моніторинги, тощо).	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Тестовий контроль знань ▪ Бліцопитування ▪ Кейси ▪ Есе ▪ Завдання для самостійного виконання
7.	Тема 7. Аналіз інформації і прогнозування.	<p>Уміти інтерпретувати отримані результати.</p> <p>Генерувати можливі форми рекомендацій щодо дій досліджуваного об'єкту в майбутньому.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Тестовий контроль знань ▪ Бліцопитування ▪ Кейси ▪ Есе ▪ Завдання для самостійного виконання
8.	Тема 8. Звіт про маркетингове дослідження.	<p>Вміти підготувати звіт і його презентацію – як заключну стадію маркетингового дослідження.</p> <p>Розуміти значення звіту про результати дослідження у двох його варіантах: докладному і скороченому.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Тестовий контроль знань ▪ Бліцопитування ▪ Кейси ▪ Есе ▪ Завдання для самостійного виконання

4. Система оцінювання курсу

Накопичування балів під час вивчення дисципліни	
Види навчальної роботи	Максимальна кількість балів
Практичні заняття	40
Самостійна робота	5
Індивідуальні завдання	5
Залік	50
Максимальна кількість балів	100

5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу

Робота на практичних заняттях	Оцінка за самостійну роботу	Оцінка за виконання індивідуальних завдань	Залік	Разом
40	5	5	50	100

Оцінювання відповідей студентів на практичних заняттях відбувається за 100 бальною шкалою.

- По завершенні теоретичного навчання середнє арифметичне усіх отриманих оцінок у 100-бальній шкалі множиться на ваговий коефіцієнт 0,4, відповідно – максимальний бал за усі отриманні заняття у підсумку може скласти 40 балів.
- Оцінювання за екзамен відбувається у 100-бальній шкалі, отримана оцінка сходиться на ваговий коефіцієнт 0,5.
- Підсумкова оцінка за вивчення дисципліни складається із математичної суми балів за роботу на парах (максимально – 40 балів), отриманих балів за самостійну роботу (оцінка виставляється у 100-бальній шкалі і множиться на ваговий коефіцієнт 0,05, відповідно максимальний бал за самостійну роботу може скласти 5 балів), оцінки за індивідуальне завдання (оцінка виставляється у 100-бальній шкалі і множиться на ваговий коефіцієнт 0,05, відповідно максимальний бал може скласти 5 балів) і оцінки, отриманої за екзамен (максимальний бал – 50 балів), що в сумі максимально може скласти 100 балів.
- При виставленні балів за модульний контроль оцінюються: рівень теоретичних знань та практичні навички з тем, включених до змістових модулів, самостійне опрацювання тем, написання есе, опрацювання завдань, підготовка презентацій доповідей, підготовка індивідуальних завдань тощо.
- Якщо студент не складав змістовий модуль з поважних причин, які підтверджені документально, то він має право на його складання з дозволу зав. кафедри (за заявою).
- Оцінка за іспит формується із суми відповідей студентів на 3 основні запитання та 2 додаткові (по 10 балів за кожне запитання), або, за вимогою – на основі результатів тестування (максимальна оцінка за тести – 50 балів).

Критерії оцінювання за 100-бальною шкалою:

90-100 балів – Студент вільно володіє навчальним матеріалом; висловлює свої думки; творчо виконує індивідуальні та колективні завдання; самостійно знаходить додаткову інформацію та використовує її для реалізації поставлених перед ним завдань; вільно використовує нові інформаційні технології для поповнення власних знань; комунікативні уміння та навички сформовані на високому рівні; може

аргументовано обрати раціональний спосіб виконання завдання і оцінити результати власної практичної діяльності; виконує завдання, не передбачені навчальною програмою; вільно використовує знання для розв'язання поставлених перед ним завдань.

- *70-89 балів* – Студент вільно володіє навчальним матеріалом, застосовує знання на практиці; узагальнює і систематизує навчальну інформацію, але допускає незначні граматичні помилки у порівняннях, формулюванні висновків, застосуванні теоретичних знань на практиці; за зразком самостійно виконує практичні завдання, передбачені програмою; має стійкі навички виконання завдань.
- *50-69 балів* – Студент володіє навчальним матеріалом поверхово, фрагментарно; на рівні запам'ятовування відтворює певну частину навчального матеріалу з елементами логічних зв'язків; знайомий з основними поняттями навчального матеріалу; комунікативні уміння та навички сформовані частково; під час відповіді допускаються суттєві граматичні помилки; має елементарні нестійкі навички виконання завдань; планує та виконує частину завдань за допомогою викладача.
- *Менше 50 балів* – У студента не сформовані комунікативні уміння та навички; студент допускає велику кількість граматичних помилок, що ускладнює розуміння; студент не володіє навчальним матеріалом; виконує лише елементарні завдання, потребує постійної допомоги викладача.

6. Ресурсне забезпечення

Матеріально-технічне забезпечення; Мультимедіа (відеофайли, рисунки, схеми)




Література:

1. Балабанова Л. В. Маркетинг: підручник /Л.В.Балабанова. – 2-ге вид., перероб. і допов. – К.: Знанн-Прес, 2011. – 645 с
2. Гірченко Т.Д., Дубовик О.В. Маркетинг: Навчальний посібник. – К.: «Фірма ІНККОС». Центр навчальної літератури, 2007 р., 255 с.
3. Крикавський Л.Є. Маркетингова політика розподілу: навч. посібник/ Є.В. Крикавський, Н.С. Косар, А.Чубала. – 2-ге вид. зі змінами. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012, - 260 с
4. Мельник О. Інформація як складова інноваційного розвитку//Актуальні проблеми економіки.-2008.-№10
5. Маркетингова інформація: навч. посіб. / Л.О. Шелюк, Є.В. Крикавський, І.О. Дейнега, О.В. Дейнега, Р. Патара; Рівнен. ін-т слов'янознавства Київ. славіст. ун-ту. — Рівне: [Вид. О.Зень], 2008.
6. Полторак В.А. Маркетингові дослідження: Навч. посібник. – Київ: Центр навч. лри, 2003. – 387 с
7. Стеблюк Н.Ф. Маркетинг. Практикум: навчальний посібник /Н.Ф.Стеблюк, Н.М.Волосова. – Дніпродзержинськ: ДДТУ, 2016. – 327 с
8. Телетов О.С. Маркетингові дослідження: навчальний посібник - К: Знання України, 2010. - 299 с
9. Міжнародна база даних ЮНЕСКО з соціальних наук (інституції, персоналії) DARE: www.databases.unesco.org/dare/form.shtml
10. Бази даних наукової періодики і книг:www.jstor.org; www.proquestdirect.com; www.ebsco.com
11. Бази даних з досліджень молоді: <http://www.ESPAD.org>; <http://www.HBSC.org>
12. Архів Європейського соціального дослідження: <http://ESS.nsd.uib.no>

7. Контактна інформація

Кафедра	<p>Кафедра управління та бізнес-адміністрування</p> <p>м. Івано-Франківськ, вул. Шевченка, 57, каб. 111 (вхід з вул. Чорновола)</p> <p>ст. лаборант кафедри Надія Володимирівна Качур</p> <p> тел. +38 (099) 668-04 09</p> <p> kutba@pnu.edu.ua</p> <p> https://www.facebook.com/mbakafed</p> <p> https://www.instagram.com/kafedra_mba</p> <p> https://kutba.pnu.edu.ua</p>
Викладач	 <div data-bbox="914 1010 1481 1160" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p><i>Мирослава Іванівна Полюк</i> к.е.н., доцент кафедри управління та бізнес-адміністрування</p> </div>
Контактна інформація	<p> тел. +38 (067) 39 77 346</p> <p> myroslava.poliuk@pnu.edu.ua</p> <p> https://www.facebook.com/profile.php?id=100008195171968</p> <p> https://instagram.com/myroslava_poliuk?r=nametag</p>

8. Політика навчальної дисципліни

Академічна доброчесність	<p>Дотримання академічної доброчесності засновується на ряді положень та принципів академічної доброчесності, що регламентують діяльність здобувачів вищої освіти та викладачів університету:</p> <ul style="list-style-type: none">  > Кодекс честі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»  > Положення про запобігання академічному плагіату та іншим порушенням академічної доброчесності у навчальній та науково дослідній роботі студентів ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».  > Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».
--------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> ✚ ➤ Положення про запобігання академічному плагіату у ДВНЗ “Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника”. ✚ ➤ Склад комісії з питань етики та академічної доброчесності ДВНЗ “Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника”. ✚ ➤ Лист МОН України “До питання уникнення проблем і помилок у практиках забезпечення академічної доброчесності”. <p>Ознайомитися з даними положеннями та документами більш детально можна за посиланням: https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/</p>
<p>Пропуски занять (відпрацювання)</p>	<p>Можливість і порядок відпрацювання пропущених студентом занять регламентується «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ “Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника ” (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019) (див. стор. 4.).</p> <p>Ознайомитися з положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/</p>
<p>Виконання завдання пізніше встановленого терміну</p>	<p>У разі виконання завдання студентом пізніше встановленого терміну, без попереднього узгодження ситуації з викладачем, оцінка за завдання - «незадовільно», відповідно до «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ “Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника ” (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019) – стор. 4-5.</p> <p>Ознайомитися з положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/</p>
<p>Невідповідна поведінка під час заняття</p>	<p>Невідповідна поведінка під час заняття регламентується рядом положень про академічну доброчесність (див. вище) та може призвести до відрахування здобувача вищої освіти (студента) «за порушення навчальної дисципліни і правил внутрішнього розпорядку вищого закладу освіти», відповідно до п.14 «Відрахування студентів» «Положення про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів вищих закладів освіти»</p> <p>Ознайомитися з положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/</p>
<p>Додаткові бали</p>	<p>Отримання додаткових балів за дисципліною можливе в разі виконання індивідуальних завдань, попередньо узгоджених з викладачем. Перелік індивідуальних завдань міститься у навчальній програмі до курсу.</p> <p>Також за рішенням кафедри управління та бізнес-адміністрування студентам, які брали участь у науково-дослідній роботі (роботі конференцій, студентських наукових гуртків та</p>

	<p>проблемних груп, підготовці публікацій), а також були учасниками олімпіад, конкурсів, можуть присуджуватися додаткові бали «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019) – стор. 3</p>
<p>Неформальна освіта</p>	<p>Можливість зарахування результатів неформальної освіти регламентується «Положенням про порядок зарахування результатів неформальної освіти у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №819 від 29.11.2019) Ознайомитися з положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/</p>

Викладач



Полюк М.І.