

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



**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 2021 р.

ЗМІСТ

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

1. Загальна інформація

Назва дисципліни	Маркетингові та соціологічні дослідження
Освітня програма	Публічне управління та адміністрування
Спеціалізація (за наявності)	
Спеціальність	281 Публічне управління та адміністрування
Галузь знань	28 Публічне управління та адміністрування
Освітній рівень	бакалавр
Статус дисципліни	нормативна
Курс / семестр	3/5
Розподіл за видами занять та годинами навчання (якщо передбачені інші види, додати)	Лекції – 16 год. Практичні заняття – 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>Метою викладання навчальної дисципліни «Маркетингові та соціологічні дослідження» є формування у студентів знань про основні напрямки маркетингового та соціологічного дослідження; етапи процесу маркетингового дослідження; методи маркетингових досліджень; методи прогнозування розвитку ринку; сутність та послідовність процесу сегментування ринку; сутність і стратегії позиціонування товару (послуги).</p> <p>Основні цілями навчальної дисципліни: вивчення дисципліни дозволить зробити висновки про ефективність вжитих дій підприємства, створити стратегію для рекламної або чи іншої кампанії, дізнатися думку споживачів про компанію (товар, послуги, особистості); навчити збирати, обробляти й аналізувати дані з метою зменшення ризику і невизначеності; створювати розробки, які використовуються при виборі й реалізації стратегії і тактики маркетингової діяльності підприємства.</p>
Компетентності

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.

ЗК1. Здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями.

ЗК9. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК13. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів діяльності).

ФК.1. Здатність до соціальної взаємодії, до співробітництва й розв'язання конфліктів.

ФК.5. Здатність використовувати систему електронного документообігу

ФК.7. Здатність розробляти тактичні та оперативні плани управлінської діяльності.

ФК.10. Здатність до дослідницької та пошукової діяльності в сфері публічного управління та адміністрування.

ФК.11. Здатність у складі робочої групи проводити прикладні дослідження в сфері публічного управління та адміністрування

Програмні результати навчання

ПР11. Уміти здійснювати пошук та узагальнення інформації, робити висновки і формулювати рекомендації в межах своєї компетенції.

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

3. Структура дисципліни

№	Тема	Результати навчання	Завдання	
1.	Тема 1. Напрями комплексного дослідження ринку	Проводити дослідження. соціологічні Здійснювати макросередовища мікросередовища	маркетингові дослідження. аналіз та	<ul style="list-style-type: none"> • Тести, • Контрольні запитання, • Кейси, • Завдання для індивідуальної роботи, • Завдання для самостійної роботи

2.	Тема 2. Процес маркетингового соціологічного досліджень та	Визначати проблеми та цілі дослідження. Визначати методи дослідження. Визначати об'єкт дослідження та обсягу вибірки. Збирати інформацію (розробка анкети, інтерв'ювання, спостереження тощо). Обробляти дані, здійснювати підготовку звіту та розробляти рекомендації	<ul style="list-style-type: none"> • Тести, • Контрольні запитання, • Кейси, • Завдання для індивідуальної роботи, • Завдання для самостійної роботи
3.	Тема 3. Прогнозування розвитку ринку	Знати кількісні методи прогнозування ринку. Знати якісні методи прогнозування ринку. Використовувати пробний маркетинг на практиці	<ul style="list-style-type: none"> • Тести, • Контрольні запитання, • Кейси, • Завдання для індивідуальної роботи, • Завдання для самостійної роботи
4.	Тема 4. Сегментування ринку та позиціонування товару	Знати фактори сегментування. Знати сучасні тренди сегментування ринку. Розробляти портрет споживача. Здійснювати вибір цільового ринку. Вміти здійснювати позиціонування товару (послуги)	<ul style="list-style-type: none"> • Тести, • Контрольні запитання, • Кейси, • Завдання для індивідуальної роботи, • Есе, • Завдання для самостійної роботи
5.	Тема 5. Суб'єкти, зайняті маркетинговими та соціологічними дослідженнями в Україні та за кордоном	Знати про Соціологічну асоціацію України. Знати про Міжнародний Кодекс ICC/ESOMAR. Дізнатися про українські установи, які займаються маркетинговими дослідженнями (Pro-Consulting). Дізнатися про українські установи, які займаються соціологічними дослідженнями (UkrSocStandart, Слово і діло). Володіти знаннями щодо міжнародного досвіду (Національна рада з опитувань громадської думки)	<ul style="list-style-type: none"> • Тести, • Контрольні запитання, • Кейси, • Завдання для індивідуальної роботи, • Есе, • Завдання для самостійної роботи

6.	Тема 6. Проведення інтерв'ю	Знати типи інтерв'ю в соціальних дослідженнях. Використовувати різноманітну методику і техніку інтерв'ювання. Розробляти сценарій інтерв'ю. Знати принципи фокусування інтерв'ю. Обробляти тексти інтерв'ю.	<ul style="list-style-type: none"> • Тести, • Контрольні запитання, • Кейси, • Завдання для індивідуальної роботи, • Есе, • Завдання для самостійної роботи
7.	Тема 7. Інтернет-опитування	Знати переваги і недоліки Інтернет-опитувань. Дізнатися про проблеми участі в Інтернет-опитуваннях. Здійснювати контроль якості респондентів. Володіти інформацією щодо інтернет-панелей. Вміти проводити дослідження в соціальних мережах.	<ul style="list-style-type: none"> • Тести, • Контрольні запитання, • Кейси, • Завдання для індивідуальної роботи, • Есе, • Завдання для самостійної роботи
8.	Тема 8. Анкетування	Знати процедуру складання анкети. Знати вимоги до формулювання питань для опитування. Вміти скласти вибірку для анкетного опитування. Скласти анкету для соціологічного і/або маркетингового опитування.	<ul style="list-style-type: none"> • Тести, • Контрольні запитання, • Кейси, • Завдання для індивідуальної роботи, • Есе, • Завдання для самостійної роботи

4. Система оцінювання курсу

Накопичування балів під час вивчення дисципліни	
Види навчальної роботи	Максимальна кількість балів
Практичне заняття	60
Самостійна робота	5
Індивідуальне завдання	5
Залік	30
Максимальна кількість балів	100

5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу

Робота на парах	Оцінка за самостійну роботу	Оцінка за індивідуальне завдання	Залік	Разом
60	5	5	30	100
• Оцінювання відповідей студентів на практичних заняттях відбувається за 100 бальною шкалою.				

- Середнє арифметичне усіх отриманих оцінок у 100-бальній шкалі множиться на ваговий коефіцієнт 0,6, відповідно – максимальний бал за усі отриманні заняття у підсумку може скласти 60 балів.
- Оцінювання за залік відбувається у 100-бальній шкалі, отримана оцінка сходиться на ваговий коефіцієнт 0,3.
- Підсумкова оцінка за вивчення дисципліни складається із математичної суми балів за роботу на парах (максимально – 60 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 залік (максимальний бал – 30 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 самостійної роботи, 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 залік формується із суми відповідей студентів на 2 основні запитання, практичне завдання (по 10 балів за кожне запитання), або, за вимогою – на основі

результатів тестування (максимальна оцінка за тести – 30 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. Астахова О. Маркетинг: Навч. посіб. Харків: Вид. ХНЕУ, 2006. 208 с.	
2. Вачевський М.В., Скотний М.В. Маркетинг у сферах послуг: Навчальний посібник. Київ: «Центр навчальної літератури», 2004. 232 с.	
3. Вербець В.В. Методологія та методика соціологічних досліджень: Навчально-методичний посібник. Друге вид. доп. і перероб. Рівне: РДГУ: Інститут соціальних досліджень, 2006. 167с.	
4. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підручник. 5-те вид. доп. Київ: Лібра, 2007. 720с.	
5. Заячківська Г. А. Маркетинг міжнародних туристичних послуг : монографія. Тернопіль : ВПЦ «Економічна думка ТНЕУ», 2011. 394 с.	
6. Іванова Л. О., Семак Б.Б., Вовчанська О.М. Маркетинг послуг : навчальний посібник. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с.	
7. Мальченко В. М. Маркетинг послуг : навч. посібник. Київ: КНЕУ, 2006. 360 с.	
8. Мендела І.Я. Маркетинг в соціокультурній діяльності: ситуаційні вправи, тестові завдання: практикум. Івано-Франківськ: Вид-во «Фоліант», 2020. 60 с.	
9. Мендела І.Я. Словник ключових термінів з дисципліни «Маркетинг». Івано-Франківськ: Вид-во «Фоліант», 2020. 72 с.	

10. Мендела І.Я. Стратегічний маркетинг: навчально-методичний посібник. Івано-Франківськ: Вид-во «Фоліант», 2012. 102 с.
11. Піча В.М., Вовканич С.Й., Маковецький В.М. Як підготувати, провести і узагальнити результати соціологічних досліджень. Львів, 1996. 34 с.
12. Решетнікова І.Л. Маркетинг: кейси, ситуаційні вправи, тестові завдання : практикум. Київ : КНЕУ, 2013. 479 с.
13. Старостіна А.О. Маркетинг: підручник. Київ: Знання, 2009. 1071 с.
14. Тимошенко З.І., Мунін Г.Б., Дишлевий В.П. Маркетинг готельно-ресторанного бізнесу. Київ: Вид-во Європ. Ун-ту, 2007.
15. Ткаченко Л. В. Маркетинг послуг : підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2003. 192 с.
16. Черниш Н.Й. Соціологія. Курс лекцій. Конспект. Вип.6. Львів, 1996. 74 с.

7. Контактна інформація

Кафедра	<p>Кафедра управління та бізнес-адміністрування м. Івано-Франківськ, вул. Шевченка, 57,</p> <p> каб. 111 (вхід з вул. Чорновола)</p> <p> тел. +38 (097) 771-80-54 – ст. лаборант кафедри Галина Володимирівна Яцків</p> <p> https://kutba.pnu.edu.ua/</p> <p> kutba@pnu.edu.ua</p> <p>Сторінки в соцмережах:</p> <p> https://www.facebook.com/mbakafedra</p> <p> https://www.instagram.com/kafedra_mba/</p>
Викладач	 <p>Мендела Ірина Ярославівна кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи,</p>

Контактна інформація викладача	 +380665201636  iruna.mendela@pnu.edu.ua  Персональна сторінка викладача на сайті кафедри
--------------------------------	--

Політика курсу	
Академічна доброчесність	<p>Дотримання академічної доброчесності засновується на ряді положень та принципів академічної доброчесності, що регламентують діяльність здобувачів вищої освіти та викладачів університету:</p> <p>Ознайомитися з даними положеннями та документами можна за посиланням: https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/</p>
Пропуски занять (відпрацювання)	<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>
Виконання завдання пізніше встановленого терміну	<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 із положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/</p>
Невідповідна поведінка під час заняття	<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» - ознайомитися із положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні документи/polozhenja/</p>

Додаткові бали	<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 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>
Неформальна освіта	<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) - https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні документи/polozhenja/</p>

Викладач



І.Я.Мендела