

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



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

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

з дисципліни

**«МАРКЕТИНГОВІ ТА СОЦІОЛОГІЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ Й
МОДЕЛЮВАННЯ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ»**

Методичні рекомендації до семінарських занять здобувачів третього освітньо-наукового рівня підготовки доктора філософії (Phd) спеціальності 281 Публічне управління та адміністрування з дисципліни «Маркетингові та соціологічні дослідження й моделювання в публічному управлінні». Івано-Франківськ: ДВНЗ “Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника”, 2021. – 17 с.

Підготовлено Бурик З.М., д.держ.упр., професором кафедри управління та бізнес-адміністрування Інституту післядипломної освіти та довузівської підготовки Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Затверджено на засіданні кафедри (протокол № 1 від 27 серпня 2021 р.)

Методичні рекомендації містять пояснення змісту, форми проведення та методики підготовки до семінарських занять з дисципліни «Маркетингові та соціологічні дослідження й моделювання в публічному управлінні», план семінарських занять, методичні вказівки, основні питання та питання до обговорення, а також список літератури.

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Заплановані результати

Метою викладання навчальної дисципліни «Маркетингові та соціологічні дослідження й моделювання в публічному управлінні» є формування фахових компетентностей щодо систематизованого збору, аналізу і подання даних, релевантних для органів публічного управління.

Основними **цілями** вивчення дисципліни «Маркетингові та соціологічні дослідження й моделювання в публічному управлінні» є засвоєння здобувачами навчального матеріалу стосовно:

- сутності та особливостей маркетингових та соціологічних досліджень й моделювань в публічному управлінні;
- тенденцій маркетингових та соціологічних досліджень й моделювань в публічному управлінні;
- методології, технологій та методів реалізації маркетингових та соціологічних досліджень й моделювань в публічному управлінні;
- теоретичних знань і практичних навичок з методів вивчення і прогнозування ринкових/соціальних явищ і процесів;
- розроблення та впровадження заходів із забезпечення результативної і ефективної діяльності суб'єктів публічного врядування;
- для прийняття рішень і розробки відповідних рекомендацій у публічному управлінні;
- ключових засад публічного управління в Україні;
- інституційного забезпечення формування та реалізації маркетингових та соціологічних досліджень й моделювань в публічному управлінні;
- досвіду країн світу у сфері маркетингових та соціологічних досліджень й моделювань в публічному управлінні.

У процесі викладання навчальної дисципліни основна увага приділяється оволодінню здобувачами вищої освіти ступеня доктора філософії такими **компетентностями**:

1. Здатність налагоджувати наукову взаємодію, співробітництво.
2. Здатність науково обґрунтовувати, розробляти та здійснювати експертизу нормативно-правових актів, аналітичних довідок, пропозицій, доповідей.
3. Здатність формувати, науково обґрунтовувати та критично оцінювати стратегічні напрями розвитку системи публічного управління на загальнодержавному, регіональному, місцевому та на рівні організації.
4. Здатність формувати нові підходи та адаптувати кращі практики (в т.ч. із зарубіжної практики) електронного урядування та електронної демократії до

потреб сталого розвитку.

5. Здатність до проведення маркетингових та соціологічних досліджень й моделювання процесів в публічному управлінні.

За результатами викладання навчальної дисципліни для здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії передбачені наступні **програмні результати навчання**:

1. Уміти застосовувати сучасні інформаційні технології, маркетингові та соціологічні дослідження та інструменти в науковій, освітній (педагогічній) і професійній діяльності.

2. Уміти готувати проєктні запити на фінансування наукових досліджень, розробляти програмні документи (стратегії, програми, концепції) виходячи із аналізу зарубіжного досвіду, оцінки правового і ресурсного забезпечення та добору адекватних механізмів розвитку публічного управління та адміністрування.

3. Уміти адаптувати й застосовувати сучасні моделі/підходи до управління та адміністрування, а також міжнародний досвід при проєктуванні та реорганізації організаційних структур управління на різних рівнях публічного управління та адміністрування.

ПЛАН СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

Тема 1. Методологічні основи маркетингових досліджень

1. Поняття і сутність маркетингових досліджень
2. Маркетингова інформаційна система
3. Організація маркетингових досліджень
4. Процес маркетингового дослідження. Об'єкти маркетингових досліджень в публічному управлінні

Питання для обговорення:

1. Визначити сутність поняття «маркетингові дослідження», їх роль в публічному управлінні.
2. Охарактеризувати предмет, об'єкт маркетингових досліджень в публічному управлінні.
3. Визначити функції та призначення Маркетингової інформаційної системи (МІС).
4. Які основні складові Маркетингової інформаційної системи (МІС)?
5. Охарактеризувати інформаційні потоки в МІС.
6. Які основні способи організації маркетингових досліджень?
7. Визначити фактори, що визначають вибір способу проведення досліджень.
8. Охарактеризувати особливості організації маркетингових досліджень власними силами органу публічного управління.
9. Яка специфіка організації маркетингових досліджень на основі залучення спеціалізованих фірм?

10. Визначити різновиди організацій, які професійно займаються проведенням маркетингових досліджень.
11. Які види послуг, що надаються дослідними агентствами (індивідуальні маркетингові дослідження, стандартні маркетингові дослідження, дослідження типу «омнібус»)?
12. Охарактеризувати критерії вибору організації-виконавця маркетингового дослідження.
13. Які основні питання слід врахувати при формуванні замовлення на проведення дослідження у спеціалізованій організації?
14. Визначити етапи маркетингового дослідження і їх зміст.
15. Який мережевий графік проведення маркетингового дослідження?
16. Охарактеризувати статті витрат на проведення дослідження.
17. Які методи оцінки трудомісткості вартості дослідження?

Література

1. Маркетингові дослідження інновацій та підприємницькі ризики : [колект. монографія] / [М. А. Окландер] ; за ред. д-ра екон. наук, проф. М. А. Окландера. Одеса : Астропринт, 2017. 280 с.
2. Сотніков Ю. М. Маркетингові дослідження із застосуванням пакета SPSS : навч. посіб. Одес. нац. екон. ун-т. Одеса : Атлант, 2016. 145 с.
3. Дюгованець О. М. Маркетингові дослідження та аналіз інформації : курс лекцій. Держ. ВНЗ «Ужгород. нац. ун-т». Ужгород : Аутдор-Шарк. 2015. 178 с.
4. Ортинська В. В., Мельникович О. М. Маркетингові дослідження : підручник. Київ. нац. торг.-екон. ун-т. 2-ге вид., допов. Київ : КНТЕУ. 2015. 435 с.
5. Полтораєв В. А. Маркетингові дослідження : навчальний посібник. Київ : Центр навчальної літератури. 2008. 387 с.
6. Голубков Е. П. Маркетингові дослідження : теорія, практика і методологія. М. : Фінпрес. 2004. 414 с.
7. Старостіна А. О. Основи маркетингових досліджень. М., К., СПб. : Вид. дім «Вільямс». 2003. 382 с.
8. Войчак А. В., Федорченко А. В. Маркетингові дослідження: підручник К. : КНЕУ. 2002. 408 с.
9. Парсяк В. Н., Рогов Г. К. Маркетингові дослідження. 2-е вид. Київ : «Наукова Думка». 2000. 424 с.

Тема 2. Визначення проблеми і цілей дослідження

1. Визначення потреби в проведенні маркетингового дослідження
2. Формулювання маркетингової проблеми
3. Визначення об'єкта і предмета дослідження. Формулювання цілей дослідження

Питання для обговорення:

1. Які причини викликають необхідність проведення маркетингових досліджень з використанням маркетингової інформаційної системи?
2. Які потреби відносять до збору необхідної інформації?
3. Які потреби відносять до тимчасових, трудових і фінансових ресурсах і оцінка їх

наявності?

4. Надати оцінку потенційній ефективності маркетингового дослідження.
5. Визначити значимість проблеми як етапу проведення маркетингового дослідження.
6. Охарактеризувати проблему, яка потребує вирішення, основні джерела її виникнення.
7. Надати сутність поняття «проблема-симптом».
8. Яка проблема потребує дослідження.
9. Охарактеризувати етапи визначення проблеми, що вимагає дослідження.
10. Встановити підходи до виявлення маркетингових проблем.
11. Які є види об'єктів маркетингових досліджень?
12. Які є види предмета маркетингового дослідження?
13. Які вимоги до постановки цілей маркетингового дослідження?
14. Який взаємозв'язок проблеми і цілі маркетингового дослідження?
15. Який порядок формулювання мети дослідження?
16. Охарактеризувати «Дерево цілей» дослідження.
17. Визначити формулювання робочих гіпотез.
18. Охарактеризувати розвідувальні, описові, пошукові тестові, прогнозні види цілей дослідження.
19. Які є види досліджень, їх характеристика і взаємозв'язок?

Література

1. Вихрущ В. О. Методологія та методика наукового дослідження [Текст] : навч. посіб. / В. О. Вихрущ, Ю. М. Козловський, Л. І. Ковальчук ; Нац. ун-т "Львів. політехніка". - Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2018. - 327 с. :
2. Ладанюк А.П. Методологія наукових досліджень: Навч. посіб. / А.П. Ладанюк, Л.О. Власенко, В.Д. Кишенько. – Київ : Видавництво Ліра-К, 2018. – 352 с.
3. Маркетинг у галузях і сферах діяльності [Текст] : навч. посіб. / За ред. І.М. Буднікевич. – К. : ЦУЛ, 2013. – 536 с.
4. Маркетинг: Навч. посібник / М.В. Мальчик, Н.А. Гонтаренко, О.В. Попко, З.О. Толчанова, Б.О.Король, О.В. Мартинюк, С.І. Коваль; за заг. ред. д.е.н., проф.. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2014. – 444 с.
5. Маркетингово-логістичні процеси в економіці: теорія та практика : монографія / М. В. Мальчик, О. В. Попко, Н. А. Гонтаренко [та ін.] ; за ред. М. В. Мальчик. – Рівне : НУВГП, 2015. – 197 с.
6. Швець Ф. Д. Методологія та організація наукових досліджень : навч. посіб. / Ф. Д. Швець. – Рівне : НУВГП, 2016. – 151 с.
7. Бірта Г.О., Методологія і організація наукових досліджень. Навчальний посібник рекомендовано МОН України - К.: Центр учбової літератури, 2016. – 142 с.
8. Гончаров С.М. Студентські наукові дослідження в кредитно-модульній системі організації навчального процесу: Навчально-методичний посібник / С.М. Гончаров. – Рівне: НУВГП, 2006.–127 с.

9. Гончаров С.М., Гурин В.А. Методи та технології навчання в кредитно-трансферній системі організації навчального процесу: Навч.-метод. Посібник/ С.М. Гончаров, В.А. Гурин. – Рівне: НУВГП, 2010.–451 с.
- 10.Гордійчук А.С. Основи наукових досліджень: навч. посіб / А.С. Гордійчук, О.С. Стахів. – Рівне : НУВГП, 2008. – 331 с.

Тема 3. Розробка плану досліджень

1. Вибір методів проведення дослідження
2. Визначення типу необхідної інформації і джерел її отримання
3. Визначення методів збору необхідних даних
4. Розробка форм для збору даних
5. Розробка вибіркового плану і визначення обсягу вибірки

Питання для обговорення:

1. Надайте класифікацію методів проведення маркетингового дослідження.
2. Які є кількісні та якісні методи збору інформації, їх взаємозв'язок?
3. Які є кількісні та якісні методи обробки та аналізу інформації?
4. Надайте класифікацію методів збору первинної інформації в залежності від виду об'єкта дослідження.
5. Визначте порядок вибору методів проведення маркетингового дослідження.
6. Визначити сутність поняття «маркетингової інформації».
7. Надайте класифікацію інформації та критерії її якості.
8. Охарактеризуйте первинну і вторинну інформація.
9. Які переваги та недоліки вторинної інформації?
- 10.Які переваги та недоліки первинної інформації?
- 11.Охарактеризуйте внутрішню і зовнішню вторинну інформація, джерела внутрішньої і зовнішньої вторинної інформації.
- 12.Охарактеризуйте первинні і вторинні джерела вторинної інформації.
- 13.Які переваги та недоліки синдикативних даних.
- 14.Наведіть кількісні методи.
- 15.Охарактеризуйте опитування: переваги і недоліки.
- 16.Охарактеризуйте області застосування опитувань.
- 17.Наведіть класифікацію опитувань.
- 18.Охарактеризуйте панельні опитування, їх переваги і недоліки.
- 19.Визначте сутність поняття «панель».
- 20.Які є види панелей?
- 21.Наведіть класифікацію панелей за різними ознаками?
- 22.Охарактеризуйте вибіркоче опитування.
- 23.Які є способи проведення опитування, їх переваги та недоліки, їх сфери використання?
- 24.Охарактеризуйте якісні методи збору інформації.
- 25.Охарактеризуйте глибинне інтерв'ю, його переваги і недоліки, вимоги до проведення, сфери застосування.

26. Охарактеризуйте аналіз протоколів, його сутність і сфери використання.
27. Визначте метод фокус - груп, його переваги і недоліки, області застосування.
28. Які вимоги до проведення фокус-груп?
29. Наведіть сутність поняття «модератор», характеристики, якими він повинен володіти.
30. Охарактеризуйте спостереження як метод збору первинної інформації, його переваги і недоліки.
31. Наведіть класифікацію спостережень, умови для їх здійснення.
32. Охарактеризуйте проєкційні методи, їх суть.
33. Охарактеризуйте метод експертних оцінок.
34. Які є види експертних оцінок, сфери їх застосування?
35. Охарактеризуйте експеримент як метод збору первинної інформації.
36. Які є види експериментів.
37. Охарактеризуйте внутрішню і зовнішню достовірність експериментів.
38. Охарактеризуйте анкету, як форму для збору первинної інформації за допомогою опитування.
39. Охарактеризуйте функції, структура анкети, етапи її розробки.
40. Які вимоги до формування анкети?
41. Які підходи до проєктування анкети?
42. Які є види питань, що включаються в анкету?
43. Охарактеризуйте розробку форм для реєстрації результатів спостереження (карти спостереження).
44. Наведіть етапи розробки вибіркового плану.
45. Визначте сутність поняття генеральної і вибіркової сукупності.
46. Які вимоги до формування вибірки?
47. Які є типи вибірок?
48. Охарактеризуйте обсяг вибірки, способи його визначення.

Література

1. Жегус О. В. Маркетингові дослідження ринку : монографія / О. В. Жегус, Л. О. Попова, Т. М. Парцирна; Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі. - Х., 2010. - 176 с.
2. Зюкова І. О. // Технології маркетингових досліджень [Текст]: навчальний посібник / І. О. Зюкова. – Львів: Магнолія-2006, 2019. – 340 с.
3. Косар Н. С. Маркетингові дослідження: Підручник / Н. С. Косар, О. Б. Мних, Є. В. Крикавський, С. В. Леонова. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2018. 460 с.
4. Мальська, М. П. Маркетингові дослідження [Текст] / М. П. Мальська // Основи маркетингу у туризмі [Текст] : підручник / М. П. Мальська, Н. Л. Мандюк. – Київ : Центр учб. л-ри, 2016. – С. 53–100.
5. Маркетингові дослідження: підручник / Т.Б. Решетілова, С.М. Довгань ; М-во освіти і науки України, Нац. гірн. ун-т. Дніпропетровськ : НГУ, 2015. – 357 с.
6. Ортинська, В. В. Маркетингові дослідження [Текст] : підручник / В. В. Ортинська, О. М. Мельникович. – 2-ге вид., допов. – Київ : Київ. нац. торг.-екон.

- ун-т, 2015. – 436 с.
7. Полторац, В.А. Маркетингові дослідження [Текст] : навч. посібник / В.А. Полторац, І. В. Тараненко, О. Ю. Красовська. – 3-тє вид., переробл. та доповн. – Київ : Центр учб. л-ри, 2014. – 342 с.
 8. Сучасний маркетинг: аналіз та перспективи розвитку : наук. вид. / П. А. Орлов, Н. М. Лисиця, Г. О. Холодний та ін. – Харків : Вид. ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. – 212 с.
 9. Зацерковний В. І. Методологія наукових досліджень : навч. посіб. / В. І. Зацерковний, І. В. Тішаєв, В. К. Демидов. – Ніжин : НДУ ім. М. Гоголя, 2017. – 236 с.
 10. Кір'янов В.М. Основи наукових досліджень: Навч. посібник для економічних спеціальностей/В.М. Кір'янов. – Рівне: НУВГП, 2008.– 286 с.

Тема 4. Реалізація плану досліджень

1. Збір даних
2. Обробка та аналіз даних
3. Сучасні інформаційні технології в маркетингових дослідженнях
4. дослідженнях
5. Оформлення звіту про проведене маркетингове дослідження

Питання для обговорення:

1. Охарактеризуйте організацію і проведення збору даних.
2. Які існують помилки збору даних: помилки вибірки, невивіркові помилки?
3. Охарактеризуйте контроль якості зібраних даних.
4. Які заходи дозволяють уникнути помилок при зборі даних?
5. Які є кількісні та якісні методи аналізу даних?
6. Охарактеризуйте традиційний і формалізований (кількісний) контент-аналіз.
7. Охарактеризуйте основні напрямки використання контентаналізу. традиційний аналіз: внутрішній і зовнішній.
8. Охарактеризуйте кореляційно-регресійний аналіз, АВС-XYZ аналіз, факторний аналіз.
9. Які є види прикладних програм, використовуваних пі проведенні маркетингових дослідженнях?
10. Які напрями використання прикладних програм?
11. Надайте основні характеристики програм, їх можливості і принципи роботи.
12. Які переваги та недоліки прикладних програм?
13. Охарактеризуйте критерії якості звіту.
14. Охарактеризуйте структура звіту, титульного листа та анотації.
15. Які цілі і завдання дослідження, методика, результати, обмеження, висновки і рекомендації?
16. Охарактеризуйте основні вимоги, що пред'являються до проведення усної презентації звіту.

1. Маркетингові дослідження : навч. посіб. [Л. С. Безугла та ін.] ; Дніпров. держ. аграр.- екон. ун-т. - Дніпро : Біла К. О. [вид.], 2019. - 299 с.
2. Маркетингові дослідження : підручник [Н. С. Косар та ін.] ; Нац. ун-т "Львів. політехніка". Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2018. 457 с.
3. Маркетингові дослідження сталого розвитку в умовах глобальних викликів: монографія / [М. М. Новікова та ін.] ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. М. М. Новікової ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : Точка, 2018. 238 с.
4. Наследов А.Д. IBM SPSS Statistics и Amos: профессиональный статистический анализ данных. СПб.: Питер, 2013. 416 с.
5. Паніна Н. Технологія соціологічного дослідження: Курс лекцій / 2-е видання, доповнене. Київ, 2007. - 320 с.
6. Паніотто В.І., Максименко В.С., Харченко Н.М. Статистичний аналіз соціологічних даних. К.: КМ Академія, 2004. 270 с.
7. Панченко Л. Ф. Практикум по анализу данных. Луганск, Изд-во ГУ «ЛНУ имени Тараса Шевченко», 2013. 269 с.
8. Пірен М.І. Менеджмент і маркетинг у діяльності державної влади. К.: «Тал» ком», 2013.
9. Полторак В.А. Маркетинговые исследования: учебное пособие. Днепропетровск: Издво ДУЭиП, 2004. 366 с.
10. Решетілова Т.Б. Маркетингові дослідження: підручник : [Т.Б. Решетілова, С.М. Довгань] ; М-во освіти і науки України, Нац. гірн. ун-т. Електрон. текст. дані. – Дніпропетровськ : НГУ, 2015. 357 с. URL: <http://nmu.org.ua>
11. Романенко Є. О. Система маркетингових комунікацій в механізмах державного управління [Є. О. Романенко, І. В. Чаплай] Актуальні проблеми економіки. 2016. № 4. С. 69-78. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2016_4_12

Тема 5. Види і методи соціологічних досліджень

1. Соціальне і соціологічне дослідження. Специфіка менеджування соціологічного дослідження. Головні етапи соціологічного дослідження: перед-поле, поле, після-поле. Поняття про дослідницьку етику. Теорія й методологія вибірки
 2. Пробне (пошукове, розвідувальне) і пілотне дослідження
 3. Описове та аналітичне дослідження. Суцільне і вибіркоче дослідження
 4. Повторні дослідження. Моніторинг
 5. Польове дослідження та оперативне.
 6. Аналіз випадку (Case study)
 7. Опитувальні і неопитувальні методи дослідження

Питання для обговорення:

1. Охарактеризуйте методологічну основу наукового дослідження.
2. Визначте побутове пізнання та сутність наукового пізнання.
3. Охарактеризуйте структуру та методи наукового пізнання.
4. Охарактеризуйте наукове пізнання та наукове дослідження: спільне та відмінне.
5. Яка специфіка соціологічного дослідження?
6. Які види соціологічних досліджень?

7. Охарактеризуйте евристичність соціологічного знання.
8. Охарактеризуйте рівні соціологічного знання та специфіка методології емпіричного дослідження.
9. Визначте сутність поняття соціального факту.
10. Охарактеризуйте соціальні процеси та специфіка їх дослідження.
11. Визначте причинно-наслідковий зв'язок у соціальних явищах.
12. Охарактеризуйте особливості його соціологічного дослідження.
13. Визначте специфіку менеджування соціологічного дослідження.
14. Які головні етапи соціологічного дослідження: перед-поле, поле, після-поле?
15. Охарактеризуйте дослідницьку етику.
16. Які цінності (вартості) людей та прийняття рішень/ оцінювання дослідником?
17. Яка проблема упередження/ заангажованість дослідника?
18. Охарактеризуйте обґрунтування логіки й методів аналізу даних, що будуть отримані з використанням розробленого інструментарію.
19. Які базові методи отримання інформації: інтерв'ю, спостереження, вторинний аналіз?
20. Наведіть класифікацію методів і технік збирання соціологічної інформації.

Література

1. Богдан О. Що варто знати про соціологію та соціальні дослідження. Київ: Дух і Літера, 2015. 380 с.
2. Вербець В. В. Методика організації та проведення соціологічного дослідження: Навчально-методичний посібник. Березно, 2008. 231 с. URL : <https://core.ac.uk/download/pdf/12241148.pdf>.
3. Мазурик О. В., Єрескова Т. В., Никифоренко Н. О. Методологія та методи соціологічних досліджень: практикум. Донецьк: Східний видавничий дім, 2011. 232 с.
4. Панина Н. В. Технология социологического исследования: Курс лекций. 2-е изд. Киев: Институт социологии НАН Украины, 2001. 277 с. URL : <http://194.44.152.155/elib/local/r362.pdf>.
5. Технології прикладних соціологічних досліджень : навч.-метод. посібник / наук. ред. Ю. Саєнко. Київ : Ін-т соціології, 2003. 124 с.
6. Гоманюк М.А. Інтерв'юер у масовому опитуванні. Кишеньковий навчально-методичний посібник. Херсон : Гілея, 2013. 84 с. URL : <http://uam.in.ua/upload/medialibrary/9c5/9c5cb419442caa946a787924a2d7202c.pdf>.
7. Городяненко В.Г. Социологический практикум: Учебно-методическое пособие. Київ : Академия, 1999. 160 с.
8. Калашнікова Л. В. Організація діяльності соціологічних служб : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. 2-е вид., доповн. і перероб. Миколаїв : Вид-во ЧНУ ім. Петра Могили, 2018. 216 с.
9. Кучко Е. Е., Бурова С. Н., Филинская Л. В. Методология и методы социологических исследований : пособие. Минск : БГУ, 2018. 251 с.
10. Паніотто В., Харченко Н. Методи опитування. Київ: Вид-чий дім «Києво-Могилянська академія», 2017. 342 с.

Тема 6. Програма соціологічного дослідження

1. Загальне уявлення про програму соціологічного дослідження
2. Формулювання і обґрунтування проблеми дослідження
3. Цілі і завдання дослідження. Визначення об'єкта і предмета дослідження.
4. Висування гіпотези та логічний аналіз основних понять
5. Обґрунтування і вибір методів збору емпіричних даних
6. Обробка і інтерпретація отриманих даних. Висновки і підготовка звіту

Питання для обговорення:

1. Охарактеризуйте вибір теоретичної (концептуальної) основи дослідження / розроблення парадигми дослідження.
2. Наведіть формулювання теми дослідження.
3. Охарактеризуйте процедуру укладання мети і завдань дослідження.
4. Визначте об'єкт і предмет дослідження.
5. Обґрунтуйте актуальності дослідження.
6. Окресліть основні/ основні метод/и та технік отримання інформації.
7. Наведіть опис емпіричної бази дослідження: загальних параметрів генеральної й вибіркової сукупностей.
8. Охарактеризуйте опрацювання наукових публікацій за темою.
9. Охарактеризуйте аналіз готових профільних баз даних, архівних документів тощо.
10. Визначити теоретичну інтерпретацію основних понять.
11. Сформулюйте робочі гіпотези дослідження (РГД).
12. Що таке операціоналізація?

Література

1. Важинський С.Е. Методика та організація наукових досліджень : Навч. посіб. / С. Е. Важинський, Т. І. Щербак. – Суми: СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2016. – 260 с.
2. Панченко Л. Ф. Математичні та статистичні методи аналізу соціологічної інформації : Практикум / Л. Ф. Панченко; КПІ ім. І. Сікорського, 2018. – 289 с.
3. Сучасні методики контент-аналізу: навчальний посібник / За заг. ред. Костенко Н., Батаєвої К., Іванова В. Київ: Кондор, 2018. 256 с.
4. Чурилов Н. Типология и проектирование выборочного социологического исследования (история и современность): монография. Киев : Факт, Ин-т социологии НАН Украины, 2008. 366 с.
5. Гурова К. Д. Економічний аналіз: методологія, організація, методика, практикум : навч. посіб. для здобувачів вищ. освіти / К. Д. Гурова, К. Д. Ганін ; Харків. торг.-екон. ін-т Київ. нац. торг.-екон. ун-ту. – Харків : Вид-во Іванченка І. С., 2019. – 328 с.
6. Крыштановский, А. О. Анализ социологических данных с помощью пакета SPSS : учеб. пособие для вузов / А. О. Крыштановский; Гос. ун-т – Высшая школа экономики. – М. : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2006. — 281 с.

7. Статистичний аналіз соціологічних даних / В. І. Паніотто, В. С. Максименко, Н. М. Харченко; Київ. міжнар. ін-т соціології. – К.: Вид. дім «КМ Академія», 2004. – 269 с.

Тема 7. Аналіз емпіричних даних

1. Аналіз одновимірних розподілів
2. Аналіз двовимірних розподілів

Питання для обговорення:

1. Визначте загальні принципи і методи аналізу емпіричних даних.
2. Наведіть класифікацію і інтерпретацію емпіричних даних.
3. Які є методи обробки і аналізу даних?
4. Наведіть способи перевірки статистичних гіпотез.
5. Охарактеризуйте мережевий аналіз.
6. Охарактеризуйте дискурс-аналіз.
7. Охарактеризуйте вторинний аналіз даних.
8. Охарактеризуйте інтелектуальний аналіз даних.
9. Визначте соціологічну діагностику.
10. Які є види математичного аналізу?

Література

1. Балановський Я. Соціологія. Навальний посібник. Умань, ФОП Жовтий О.О., 2013 р. 300с.
2. Балановський Я. Соціологія: організація емпіричного дослідження. Навчальний посібник. Умань. ФОП Жовтий О. О. 2019. 470 с.
3. Технології прикладних соціологічних досліджень: навч.-метод. посібник / НАН України, Ін-т соціол., Вищ школа соціол. ; наук. ред. Ю. Саєнко. К. : Ін-т соціології, 2003. 124 с.
4. Телетов О. С. Маркетингові дослідження : навч. посіб. К. : Знання України, 2010. 299 с.
5. Федорчук А.І. Маркетингові дослідження : навч. посібник; Укоопспілка, Львівська комерційна академія. Л. : Вид-во Львівської комерц. акад., 2008. 367 с.
6. Чаплай І. В. Маркетинг у механізмах державного управління: монографія [І. В. Чаплай, Є. О. Романенко]. Київ: ДП «Вид. дім «Персонал», 2016. 208 с.

Тема 8. Соціологічна анкета

1. Види і типи анкетних запитань
2. Композиція анкети
3. Формулювання питань
4. Помилки анкетера і контроль поля

Питання для обговорення:

1. Охарактеризуйте процедуру створення вимірюваних інструментів.
2. Що являється найбільш розповсюдженим інструментом вимірювання в

соціології?

3. Наведіть типи питань: за змістом, за формою, за функціями та за графічним оформленням або за формою презентації.
4. Які вимоги до формулювання питань і запропонованим варіантам відповідей.
5. Охарактеризуйте основні вимоги при розробці варіантів відповідей для закритих питань.
6. Які вимоги у формулюванні значень при використанні порядкових шкал?
7. Охарактеризуйте структуру анкети і основні принципи її побудови.
8. Які основні принципи побудови анкети?
9. Охарактеризуйте верстку анкети та вимоги щодо її оформлення.

Література

1. Ковальчук В.В. Основи наукових досліджень: Навч. Посібник / В.В. Ковальчук. – К.: Слово, 2009.– 240 с.
2. Конверський А.Є., Основи методології та організації наукових досліджень: Навч. посіб. для студентів, курсантів, аспірантів і ад'юнтів / за ред. А. Є. Конверського. — К.: Центр учбової літератури, 2010. — 352 с.
3. Корягін М.В., Основи наукових досліджень. Навчальний посібник – Алерта, Правова єдність, 2014. – 600с.
4. Крушельницька О.В. Методологія та організація наукових досліджень: Навч. Посібник/ О.В. Крушельницька. – К.: Кондор, 2009.– 206 с.
5. Мальчик М.В. Інформаційне забезпечення організації рефлексивних впливів у маркетинговій діяльності підприємства / М.В. Мальчик, І.О. Оплачко // Розвиток маркетингу в умовах інформатизації суспільства : [колективна монографія] / під заг ред. професора Пилипчука В.П. – Київ: КНЕУ, 2018. – 854 с.
6. Мальчик М.В. Рефлексивное управление конкурентоспособностью промышленных предприятий : моногр. // Донецк-Ровно : ЧП Лапсюк В.А., 2010. – 216 с.
7. Макогон Ю.В., Пилипенко В.В. Основи наукових досліджень в економіці: Навч. Посібник / Ю.В. Макогон, В.В. Пилипенко. – 2 вид. – Донецьк: Альфа-прес, 2007.– 144 с.
8. П'ятницька-Позднякова І.С. Основи наукових досліджень у вищій школі: Навч. Посібник / І.С. П'ятницькаПозднякова. – К.: КНЕУ, 2003.–116 с.

Тема 9. Методи соціологічного дослідження

1. Види і типи інтерв'ю. Формалізоване інтерв'ю.
2. Вільне інтерв'ю. Метод бесіди
3. Фокус-група. Телефонне інтерв'ю
4. Неопитувальні методи

Питання для обговорення:

1. Охарактеризуйте підстави класифікації методів соціологічного дослідження.
2. Визначте сутність та зміст кількісних та якісних методів збору даних.

3. Охарактеризуйте методологію якісного дослідження.
4. Яке призначення і специфіка якісних досліджень?
5. Охарактеризуйте сутність опитувального методу.
6. Які є основні види опитувань?
7. Визначте загальні правила анкетного опитування.
8. Які переваги та недоліки анкетного опитування?
9. Охарактеризуйте метод експертних оцінок в соціології: зміст, можливості, види, фактори надійності.

Література

1. Ростовський В.С., Дібрівська Н.В. Основи наукових досліджень і технічної творчості: Підручник / В.С. Ростовський, Н.В. Дібрівська. – К.: Центр учбової літератури, 2009.–296 с.
2. Стеченко Д.М., Чмир О.С. Методологія наукових досліджень: Підручник / Д.М. Стеченко, О.С. Чмир. – К.: Знання, 2005.–309 с.
3. Тимейчук О.Ю., Кузьменко В.М., Тимейчук Т.Б. Інформаційні системи та математичні методи наукових досліджень: Навч. Посібник / О.Ю. Тимейчук, В.М. Кузьменко, Т.Б. Тимейчук. – Рівне: НУВГП, 2011.– 117 с.
4. Шейко В.М., Кушнарєнко Н.М. Організація та методика науково-дослідної діяльності: Підручник. – 3-тє вид. / В.М. Шейко, Н.М. Кушнарєнко. – К.: Знання-Прес, 2003.–295 с.
5. Хейг П. Х., Ник, М. К. Маркетинговые исследования на практике. Д. : Баланс Бизнес Букс. 2011. 306 с.
6. Прокопенко О. В., М. Ю. Троян. Поведінка споживачів: навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2008. 176 с.

Тема 10. Опрацювання і використання отриманих даних соціологічного дослідження

1. Критерії якості результатів соціологічного дослідження. Поняття якості та надійності соціологічної інформації (reliability – надійність; validity – обґрунтованість; representativeness – репрезентативність).

2. Методологічні проблеми методів збирання та опрацювання інформації. Поняття надійності та валідності методів дослідження. Поняття обґрунтованості, об'єктивності, точності, повноти та істинності даних. Організаційно-процедурне забезпечення якості результатів дослідження.

3. Методи аналізу отриманих даних.

4. Формати звітності.

5. Форми поширення та імплікації результатів дослідження.

Питання для обговорення:

1. Які критерії якості результатів соціологічного дослідження.
2. Визначте сутність поняття якості та надійності соціологічної інформації?
3. Охарактеризуйте методологічні проблеми методів збирання та опрацювання інформації.
4. Визначте сутність поняття надійності та валідності методів дослідження.

5. Визначте сутність поняття обґрунтованості, об'єктивності, точності, повноти та істинності даних.
6. Охарактеризуйте організаційно-процедурне забезпечення якості результатів дослідження.
7. Які є методи аналізу отриманих даних?
8. Які є формати звітності?
9. Які є форми поширення та імплікації результатів дослідження?

Література

1. Іванов В.Ф. Контент-аналіз: Методологія і методика дослідження ЗМК: навч. посібник. – К.: Наукова думка, 1994. – 112 с.
2. Осипов Г. В., Андреев П. Методы измерения в социологии. М.: Наука, 1977.
3. Паниотто В. И., Максименко В. С. Количественные методы в социо логических исследованиях. К.: Наук, думка, 1982.
4. Паніна Н. В. Технологія соціологічного дослідження: Курс лекцій. К.: Наук, думка, 1996.
5. Сурмин Ю. П., Туленков Н. В. Методология и методы социологических исследований: Учеб. пособ. К.: МАУП, 2000.
6. Brown Bruce (Bruce L.) (2012). Multivariate analysis for the biobehavioral and social sciences / Bruce L. Brown, Suzanne B. Hendrix, Dawson W. Hedges, Timothy Smith B., Wiley J. & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
7. Dzwigol H. (2020). Innovation in marketing research: quantitative and qualitative analysis. Marketing and management of innovations. (1) , pp.128-135
8. Hair J.F.; Harrison D.E. and Risher,J.J. (2018). Marketing research in the 21st century: opportunities and challenges. Revista brasileira de marketing Oct 2018, 17 (5) pp.666-681
9. Neuman W. (2007). Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches 7th Edition, Pearson
10. Oklander M.A.; Oklander T.O. and Yashkina O.I. (2018) Marketing research trends: online panels and online communities. Marketing and management of innovations. (1), pp.118-129

Рекомендовані джерела

1. Marketer – інформаційний портал, присвячений бізнесу, маркетингу, рекламі, фінансовим ринкам, інтернеттехнологіями, новинкам в технічній сфері, саморозвитку. URL: <https://marketer.ua/>.
2. Журнал «Маркетинг і реклама». URL: <https://www.mr.com.ua/>
3. Журнал «Новий маркетинг». URL: <http://marketing.web-standart.net//>
4. Маркетинг Бізнес. URL: <http://www.marketing.biz.ua>
5. Портал, присвячений ринку маркетингу, реклами, PR в Україні. URL: <http://sostav.ua/>