

**Назва.** Маркетингові дослідження

**Тип.** Базова.

**Рік навчання.** 2019–2020.

**Семестр.** 5.

**Кількість кредитів ЄКТС.** 5.

**ШБ лектора, науковий ступінь, посада** Ус М.І., к.е.н., викладач

**Результати навчання:**

- виявляти розуміння сутності різновидів та напрямків маркетингових досліджень;
- планувати, реалізовувати та проводити сучасні дослідження ринку;
- приймати обґрунтовані маркетингові рішення на основі результатів маркетингових досліджень.

**Обов’язкові попередні навчальні дисципліни.** Маркетинг, соціологія, статистика.

**Зміст.** Сутність і система маркетингових досліджень. Маркетингова інформація. Організація роботи із постачальниками маркетингової інформації. Структура і процес маркетингових досліджень. Методи збирання первинної інформації. Визначення місткості ринку та його сегментів. Дослідження кон’юнктури ринку. Прогнозні дослідження збуту. Дослідження конкурентного середовища і конкурентів. Дослідження поведінки споживачів. Маркетингові дослідження внутрішнього середовища підприємства. Маркетингові дослідження брендів. Маркетингові дослідження у сфері послуг. Програмні продукти та їх використання в маркетингових дослідженнях.

**Рекомендовані джерела.**

1. Косенков С. І. Маркетингові дослідження. – К.: Скарби, 2004. – 464 с.
2. Малхотра Т. Маркетинговые исследования. Практическое руководство, 3-е издание: Пер. с англ. / Т. Малхотра, К. Нэрэш. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. – 960 с.
3. Полторац В. А. Маркетингові дослідження: навч. посіб.; рекомендов. МОН / В. А. Полторац. – 3-тє вид., перероб. та доп. – К. : ЦУЛ, 2014. – 340 с.
4. Черчилль Г. А. Маркетинговые исследования / Г. А. Черчилль, Т. Дж. Браун. – Санкт-Петербург: Питер, 2010. – 752 с.

**Методи навчання.**

Лекції, практичні та семінарські заняття.

**Методи оцінювання:**

- поточний контроль (активність роботи на лекції; контрольна робота, опитування);
- підсумковий колоквиум;
- підсумковий контроль (екзамен).

**Мова навчання.** Українська.