



# СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

## ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ

ID 4640

Шифр, назва спеціальності та освітній рівень	071 Облік і оподаткування (бакалавр)	Назва освітньої програми	Діджитал-облік та консалтинг (2024)
Тип програми	Освітньо-професійна	Мова викладання	Українська
Факультет	Факультет економіки та менеджменту (ФЕМ)	Кафедра	Каф. промислового маркетингу (МК)

## Викладач/викладачі

**Семенюк Світлана Богданівна**, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри промислового маркетингу, [профіль на порталі "Науковці ТНТУ"](#)

## Загальна інформація про дисципліну

Мета курсу	розширення та поглиблення теоретичних знань, набуття професійних компетентностей щодо організації та проведення досліджень ринку товарів та послуг, а також можливостей використання результатів дослідження для прийняття ефективних рішень.
Формат курсу	Змішаний– курс, що передбачає проведення лекцій, практичних занять та консультацій для кращого розуміння викладеного матеріалу і має супровід в електронному навчальному курсі системи A-Tutor, має структуру, контент, завдання і систему оцінювання.
Компетентності ОП	Інтегральна: здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми під час професійної діяльності у сфері обліку, аудиту та оподаткування або в процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів економічної науки і характеризується комплексністю й невизначеністю умов Фахові: СК 1. Здатність досліджувати тенденції розвитку економіки за допомогою інструментарію макро- та мікроекономічного аналізу, робити узагальнення стосовно оцінки прояву окремих явищ, які властиві сучасним процесам в економіці. СК 2. Проводити аналіз господарської діяльності підприємства та фінансовий аналіз з метою прийняття управлінських рішень.
Програмні результати навчання з ОП	ПР1. Знати та розуміти економічні категорії, закони, причинно-наслідкові та функціональні зв'язки, які існують між процесами та явищами на різних рівнях економічних систем. ПР 15. Володіти загальнонауковими та спеціальними методами дослідження соціально-економічних явищ і господарських процесів на підприємстві.
Обсяг курсу	<b>Очна (денна) форма здобуття освіти:</b> Кількість кредитів ECTS — 5,0; лекції — 36 год.; практичні заняття — 18 год.; самостійна робота — 96 год.; <b>Заочна форма здобуття освіти:</b> Кількість кредитів ECTS — 5,0; лекції — 8 год.; практичні заняття — 4 год.; самостійна робота — 138 год.;
Ознаки курсу	Рік навчання — 2; семестр — 4; Вибіркова дисципліна; кількість модулів — 3;
Форма контролю	Поточний контроль: Опитування, тестування, презентація домашніх завдань, розв'язування ситуаційних вправ та задач тощо Підсумковий контроль: екзамен
Компетентності та дисципліни, що є передумовою для вивчення	Ефективність засвоєння змісту дисципліни «Дослідження ринку» значно підвищиться, якщо здобувач попередньо опанував матеріалом таких курсів як: «Економіка підприємства», «Маркетинг».
Матеріально-технічне та/або інформаційне забезпечення	Матеріально-технічні засоби для демонстрування результатів навчання (ноутбук, проектор). Пакет програмних продуктів Microsoft Office.

## СТРУКТУРА КУРСУ

Лекційний курс	Годин		
	ОФЗО	ЗФО	
Лекція 1-2. Тема 1. СУТНІСТЬ ТА ЗАВДАННЯ ДИСЦИПЛІНИ «ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ» Зміст та актуальність дисципліни «Дослідження ринку», її роль та мета. Об'єкт та предмет дослідження ринку. Основні завдання курсу «Дослідження ринку». Освітньо-кваліфікаційні вимоги до вивчення дисципліни.	4	0,5	
Лекція 3-4. Тема 2. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РИНКІВ ТА ЇХ КЛАСИФІКАЦІЯ Визначення сутності поняття ринку. Характеристика учасників ринку. Структура та функції ринків. Загальні підходи до вивчення ринків	4	1	
Лекція 5-6. Тема 3. СУТНІСТЬ, ВИДИ І ПРИЗНАЧЕННЯ ДОСЛІДЖЕНЬ РИНКУ Сутність дослідження ринку; його історичний аспект виникнення та розвитку. Види ринкових досліджень залежно від різних класифікаційних ознак. Організаційні форми ринкових досліджень. Необхідність проведення дослідження ринку для ефективного бізнес-планування. Становлення ринкових досліджень в Україні та світова практика ринкових досліджень	4	1	
Лекція 7-8. Тема 4. ПРОЦЕС ЗДІЙСНЕННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ Основні етапи процесу дослідження ринку. Схема розробки дослідження ринку. Розробка плану дослідження. Розробка та проектування дизайну дослідження.	4	1	
Лекція 9-10. Тема 5. ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ Роль та значення інформації при проведенні дослідження ринку. Характеристика, форми відображення та види інформації для аналізу ринку. Носії і джерела ринкової інформації. Методи збору первинної та вторинної ринкової інформації.	4	1	
Лекція 11-12. Тема 6. ВИВЧЕННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ Поняття кон'юнктури та кон'юнктурних досліджень. Етапи кон'юнктурних досліджень. Види кон'юнктурутворюючих факторів. Показники кон'юнктури. Основні методи прогнозування кон'юнктури ринку	4	1	
Лекція 13-14. Тема 7. ДОСЛІДЖЕННЯ КУПІВЕЛЬНОГО ПОПИТУ Дослідження первинного (нестимульованого) ринкового попиту. Дослідження поточного ринкового попиту. Основні розрахункові показники платоспроможного попиту: місткість ринку, частка ринку, насиченість ринку, ринковий потенціал. Ринкова характеристика та оцінка товарів та послуг.	4	1	
Лекція 15-16. Тема 8. ДОСЛІДЖЕННЯ ОБСЯГУ І СТРУКТУРИ РИНКУ Характеристика якісної структури ринку. Основні питання, що дозволяють визначити обсяг різних видів ринку: товарного, біржового, ринку трудових ресурсів та ін.. Організація ринкових досліджень в мережі Інтернет. Сучасні технології ринкових досліджень.	4	0,5	
Лекція 17-18. Тема 9. СЕГМЕНТАЦІЯ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ СЕГМЕНТІВ РИНКУ Сутність та значущість сегментації ринку. Основні критерії та принципи сегментації ринку. Вибір цільових сегментів ринку. Стратегії охоплення ринку.	4	1	
	РАЗОМ:	36	8

Теми занять, короткий зміст

Годин

**Практичні заняття (теми)**

	<u>ОФЗО</u>	<u>ЗФЗО</u>
Тема 1. Сутність та завдання дисципліни «Дослідження ринку»	2	-
Тема 2. Загальна характеристика ринків та їх класифікація.	2	0,5
Тема 3. Сутність, види та призначення досліджень ринку.	2	0,5
Тема 4. Процес здійснення дослідження ринку.	2	0,5
Тема 5. Інформаційне забезпечення дослідження ринку.	2	0,5
Тема 6. Вивчення і прогнозування кон'юнктури ринку.	2	0,5
Тема 7. Дослідження купівельного попиту.	2	0,5
Тема 8. Дослідження обсягу і структури ринку.	2	0,5
Тема 9. Сегментація та дослідження сегментів ринку	2	0,5
	РАЗОМ:	18 4

Самостійна робота студента є невід'ємною складовою процесу вивчення дисципліни «Дослідження ринку», її зміст визначається робочою навчальною програмою, методичними матеріалами, завданнями та вказівками викладача. Основними формами завдань для здобувачів для самостійної роботи є:

- опрацювання лекційного матеріалу,
- опрацювання окремих розділів, які не виносяться на лекції,
- підготовка до практичних занять,
- виконання домашніх завдань,
- підготовка до проведення контрольних заходів (здача модулів, тестування),
- підготовка до здачі екзамену.

№ з/п Найменування робіт

Тема 1. Сутність та завдання дисципліни «Дослідження ринку»

- опрацювання лекційного матеріалу
- опрацювання окремих розділів, які не виносяться на лекції: Сучасні напрями дослідження ринку.
- підготовка до практичних занять

Тема 2. Загальна характеристика ринків та їх класифікація

- опрацювання лекційного матеріалу
- опрацювання окремих розділів, які не виносяться на лекції: Аналіз і оцінка привабливості ринку.
- підготовка до практичних занять
- виконання домашніх завдань

Тема 3. Сутність, види і призначення досліджень ринку

- опрацювання лекційного матеріалу
- опрацювання окремих розділів, які не виносяться на лекції: Комплексна оцінка конкурентних позицій підприємства з урахуванням важливості критеріїв.
- підготовка до практичних занять
- підготовка до проведення контрольних заходів (здача модулів, тестування тощо)

Тема 4. Процес здійснення дослідження ринку

- опрацювання лекційного матеріалу
- опрацювання окремих розділів, які не виносяться на лекції: Макро- та мікросередовище у дослідженнях ринку.
- підготовка до практичних занять
- виконання домашніх завдань

Тема 5. Інформаційне забезпечення дослідження ринку

- опрацювання лекційного матеріалу
- опрацювання окремих розділів, які не виносяться на лекції: Дослідження конкурентного середовища і конкурентів.
- виконання домашніх завдань
- підготовка до практичних занять

Тема 6. Вивчення та прогнозування кон'юнктури ринку

- опрацювання лекційного матеріалу
- підготовка до практичних занять
- опрацювання окремих розділів, які не виносяться на лекції: Оцінка та аналіз циклічності й сезонності ринку.
- підготовка до проведення контрольних заходів (здача модулів, тестування тощо)

Тема 7. Дослідження купівельного попиту

- опрацювання лекційного матеріалу
- опрацювання окремих розділів, які не виносяться на лекції: Дослідження попиту та пропозиції як важливого елемента вивчення місткості ринку.

Методи визначення якості товарів.

- підготовка до практичних занять

Тема 8. Дослідження обсягу і структури ринку

- опрацювання лекційного матеріалу
- опрацювання окремих розділів, які не виносяться на лекції: Аналіз факторів, що обумовлюють стан і розвиток ринку
- підготовка до практичних занять
- виконання домашніх завдань

Тема 9. Сегментація та дослідження сегментів ринку

- опрацювання лекційного матеріалу
- опрацювання окремих розділів, які не виносяться на лекції: Дослідження місткості сегментів ринку.
- підготовка до практичних занять
- підготовка до проведення контрольних заходів (здача модулів, тестування тощо)
- підготовка до здачі екзамену

### Базова:

1. Дослідження ринків: 1001 тест. Збірник тестових завдань: навч. посіб. / О.І. Карий [та ін.]; Нац. ун-т «Львівська політехніка». – Львів: Растр-7, 2019. – 267с.
2. Дослідження ринку: конспект лекцій / укладачі: Г.А. Мішеніна, Ю.Т. Матвєєва. – Суми: Сумський державний університет, 2015. – 185с.
3. Дюгованець О. М. Маркетингові дослідження та аналіз інформації : курс лекцій. / О.М. Дюгованець. - Держ. ВНЗ «Ужгород. нац. ун-т». Ужгород : Аутдор-Шарк. 2015. 178 с.
4. Єрешко А.І., Сотніков Ю.М. Перспективи використання маркетингових онлайн-досліджень в інноваційному розвитку економіки регіону. / А.І. Єрешко, Ю.М. Сотніков // Бізнес-навігатор, 2018, вип. 2-2. -С. 63-66
5. Жегус О. В. Маркетингові дослідження : навчальний посібник / О.В. Жегус, Т.М. Парцирна ; ФОП Іванченко І.С. – Х., 2016. – 237 с.
6. Маркетингові дослідження: навч. посіб. / Л.С. Безугла [та ін.]; Дніпров. держ. аграр.-екон. ун-т. – Дніпро: Біла К.О. [вид. ], 2019. – 299с.
7. Маркетингові дослідження: підручник / Н.С. Косар [та ін.]; Нац. ун-т «Львів. політехніка». – Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2018. -457с.
8. Ортинська В. В., Мельникович О.М. Маркетингові дослідження : підручник. / В.В. Ортинська, О.В. Мельникович. - Київ. нац. торг.-екон. ун-т. 2-ге вид., допов. Київ : КНТЕУ. 2015. 435 с.
9. Пряхіна К.А. Сучасні тенденції маркетингових досліджень. / К.А. Пряхіна. // Ефективна економіка. - 2020. № 12. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8455>
10. Рудь Н.Т. Інноваційні форми маркетингових досліджень: інтернет-маркетинг / Н.Т. Рудь // Економічний форум, 2020. - Вип. 1(4). - С. 131-137. URL:<https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2020-4-17>
11. Свитвуд А. Маркетингова аналітика. Як підкріпити інтуїцію даними. / Адель Свитвуд – К.: Наш формат, 2019. – 152 с.
12. Семенюк С. Ефективний пошук покупців – основа бізнесу / С. Семенюк // Галицький економічний вісник, 2018. — Том 55. — №2. – С.98-106
13. Семенюк С.Б. Управління в сфері продажів: інноваційні рішення щодо роботи з інформацією про клієнтів // Матеріали III Регіональної студентської науково-практичної конференції «Тенденції та перспективи розвитку маркетингу як основи конкурентоспроможності українських підприємств на європейському ринку», 25 квітня 2018, С.49-52
14. Семенюк СБ Фінансовий ринок як об'єкт дослідження / Світлана Семенюк / Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції «Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах», 31 березня–01 квітня 2021 року. — Т.: ФОП Паляниця ВА, 2021.—С. 95–97.
15. Сотніков Ю. М. Маркетингові дослідження із застосуванням пакета SPSS : навч. посіб. / Ю.М. Сотніков. - Одес. нац. екон. ун-т. Одеса : Атлант, 2016. 145 с

### Допоміжна:

1. Азоян А., Охапіна В. Сучасні тенденції розвитку маркетингових досліджень та доцільність їх використання / А. Азоян, В. Охапіна // Вчені записки Університету «КРОК». - 2018.- Вип. (48).- С. 129 - 136. URL:<https://doi.org/10.31732/2663-2209-2017-48-129-136>
2. Амонс С. Е., Красняк О. П. Маркетингові дослідження ринку і його структурних елементів: теоретичний аспект. / С.Е. Амонс, О.П. Красняк // Ефективна економіка. - 2020. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7926>
3. Арестенко В.В., Арестенко Т.В. Перспективні напрями розвитку ринку маркетингових досліджень у системі Social Media Marketng. / В.В. Арестенко, Т.В. Арестенко // Науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка». - 2017.- №1-2 [67]. -С. 109-113.
4. 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.
5. 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. -238с.
6. Окландер М.А., Окландер Т.О., Яшкіна О.І. Тенденції маркетингових досліджень: онлайн панелі та онлайн спільноти / М.А. Окландер, Т.О. Окландер, О.І. Яшкіна // Marketing and Management of Innovations. 2018. вип 1. С. 118–129. doi: <https://doi.org/10.21272/mmi.2018.1-08>
7. Теоретичні та прикладні аспекти розвитку економіки та маркетингу: монографія / за ред.. д-ра екон. наук В.А. Фаловича; Тернопіл. нац. техн. ун-т ім. Івана Пулюя. – Тернопіль: Безкиди, 2020. - 179с.

### Навчально – методичне забезпечення

1. Конспект лекцій з дисципліни «Дослідження ринку» за освітньо-професійними програмами підготовки бакалаврів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» та 05 «Соціальні та поведінкові науки» / Світлана СЕМЕНЮК. – Тернопіль: ТНТУ ім. І.Пулюя, 2023. – 96 с.
2. Методичні вказівки до проведення практичних занять з дисципліни «Дослідження ринку» за освітньо-професійними програмами підготовки бакалаврів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» та 05 «Соціальні та поведінкові науки» / Світлана СЕМЕНЮК. – Тернопіль: ТНТУ ім. І.Пулюя, 2023. – 44 с.
3. Методичні вказівки до самостійної роботи студентів з дисципліни «Дослідження ринку» за освітньо-професійними програмами підготовки бакалаврів галузі знань 07 «Управління та





## Політики курсу

### Політика контролю

Використовуються такі засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання: поточне опитування; тестування; виконання індивідуальних завдань та презентацій; оцінювання результатів виконаних самостійних робіт; бесіди та обговорення проблемних питань; дискусії; індивідуальні консультації; екзамен. Можливий ректорський контроль.

### Політика щодо консультування

Консультації при вивченні дисципліни проводяться згідно затвердженого на кафедрі МК. Консультування передбачено як очно ,так і з використанням ресурсів електронного навчального курсу у середовищі електронного навчання університету.

### Політика щодо перескладання

Студент має право на повторне складання модульного контролю з метою підвищення рейтингу протягом тижня після складання модульного контролю за графіком. Перескладання екзамену відбувається в терміни, визначені графіком освітнього процесу. Здобувач ВО має право на зарахування результатів навчання здобутих у неформальній чи інформальній освіті.

### Політика щодо академічної доброчесності

При складанні усіх видів контролю у середовищі електронного навчання завжди активується система розпізнавання особи, що складає контроль. Усі практичні роботи у ЕНК перевіряються вбудованою системою Антиплагіат. При складанні усіх форм контролю забороняється списування, у тому числі з використанням сучасних інформаційних технологій.

### Політика щодо відвідування

Відвідування занять є обов'язковим компонентом освітнього процесу. За наявності поважних причин (наприклад, хвороба, особливі потреби, відрядження, сімейні обставини, участь у програмах академічної мобільності тощо) навчання може здійснюватися за індивідуальним графіком, погодженим з деканом факультету.

# СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ

## Розподіл балів, які отримують студенти за курс

Модуль 1			Модуль 2			Модуль 3			Підсумковий контроль		Разом з дисципліни
Аудиторна та самостійна робота			Аудиторна та самостійна робота			Аудиторна та самостійна робота			Теоретичний курс	Практичне завдання	100
Теоретичний курс (тестування)	Практична робота		Теоретичний курс (тестування)	Практична робота		Теоретичний курс (тестування)	Практична робота				
10	15		10	15		10	15		10	15	
№ лекції	Види робіт	К-ть балів	№ лекції	Види робіт	К-ть балів	№ лекції	Види робіт	К-ть балів			
Тема 1	Практичне заняття №1	5	Тема 4	Практичне заняття №4	5	Тема 7	Практичне заняття №7	5			
Тема 2	Практичне заняття №2	5	Тема 5	Практичне заняття №5	5	Тема 8	Практичне заняття №8	5			
Тема 3	Практичне заняття №3	5	Тема 6	Практичне заняття №6	5	Тема 9	Практичне заняття №9	5			

## Розподіл оцінок

Сума балів за навчальну діяльність	Шкала ECTS	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	Відмінно
82-89	B	Добре
75-81	C	Добре
67-74	D	Задовільно
60-66	E	Задовільно
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання
1-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Затверджено рішенням кафедри МК, протокол №2 від «30» серпня 2024 року.

ПОГОДЖЕНО

Гарант освітньої програми канд. екон. наук, доцент кафедри ОА

Тетяна КОРОЛЮК