

**ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
«ПРИДНІПРОВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ БУДІВНИЦТВА ТА  
АРХІТЕКТУРИ»**

**КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА**

(повна назва кафедри)

**«ЗАТВЕРДЖУЮ»**  
Проректор  
з навчально-виховної роботи  
Галина ЄВСЄВА

« 31 » \_\_\_\_\_ 20 21 року

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**Дослідження ринку**

(назва навчальної дисципліни)

спеціальність \_\_\_\_\_ **076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»**  
(шифр і назва спеціальності)

освітньо-професійна програма \_\_\_\_\_ **«Підприємницька діяльність»**  
(назва освітньої програми)

освітній ступінь \_\_\_\_\_ **бакалавр**  
(назва освітнього ступеня)

форма навчання \_\_\_\_\_ **денна**  
(денна, заочна, вечірня)

розробник \_\_\_\_\_ **Каширнікова Ірина Олександрівна**  
(прізвище, ім'я, по батькові)

<b>Статус дисципліни</b>	<i>Нормативна</i>
<b>Мова викладання</b>	<i>Українська</i>
<b>Курс / семестр</b>	<i>2 курс, 3 семестр</i>
<b>Кількість кредитів ЄКТС</b>	<i>6 ЄКТС</i>
<b>Розподіл за видами занять та годинами навчання</b>	<i>Лекції -30 год. Практичні заняття – 30 год. Самостійна робота (разом із підготовкою до екзамену) – 120 год.</i>
<b>Форма підсумкового контролю</b>	<i>Екзамен</i>
<b>Контакти кафедри</b>	<i>Кафедра економіки та підприємництва, 10-й поверх висотного корпусу, к. В-1007, тел. +38 0731831431</i>
<b>Викладач (-і)</b>	<i>Каширнікова Ірина Олександрівна, к.е.н., доцент кафедри</i>
<b>Контактна інформація викладача (-ів)</b>	<i>kashyrnikova.iryana@pgasa.dp.ua</i>

<b>Консультації</b>	<i>Графік консультацій розміщено та актуалізується на сторінці кафедри за посиланням: <a href="https://pgasa.dp.ua/wp-content/uploads/2017/07/grafik-konsultatsij-2021n.r.-2semestr.pdf">https://pgasa.dp.ua/wp-content/uploads/2017/07/grafik-konsultatsij-2021n.r.-2semestr.pdf</a></i>
---------------------	---

## 1. АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Програма вивчення навчальної дисципліни «Дослідження ринку» є складовою освітньо-професійної програми підготовки фахівців за освітнім ступенем «Бакалавр» в галузі знань 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Має статус нормативної компоненти циклу професійної підготовки.

Предметом вивчення навчальної дисципліни «Дослідження ринку» є систематичний збір та інтерпретація інформації про приватних осіб або організацій з використанням статистичних і аналітичних методів досліджень для виявлення і аналізу потреб цільових ринків, їх розмірів та конкуренції з метою прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

## 2. РОЗПОДІЛ ЧАСУ НА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

	Години	Кредити	Семестр	
			III	
Всього годин за навчальним планом, з них:	180	6	180	
<b>Аудиторні заняття, у т.ч:</b>	60		60	
лекції	30		30	
лабораторні роботи				
практичні заняття	30		30	
<b>Самостійна робота, у т.ч:</b>	120		120	
підготовка до аудиторних занять	30		30	
підготовка до контрольних заходів	30		30	
виконання курсової роботи				
опрацювання розділів програми, які не викладаються на лекціях	30		30	
підготовка до екзамену	30		30	
<b>Форма підсумкового контролю</b>			Екзамен	

## 3. СТИСЛИЙ ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**Мета дисципліни** - набуття знань та навичок з теоретико-методологічних, методичних, технологічних і змістовних аспектів організації та виконання досліджень ринку; формування уявлення про можливості використання результатів досліджень ринку для прийняття ефективних організаційних та виробничих рішень.

### **Завдання дисципліни:**

- розкриття можливостей використання досліджень ринку в господарській діяльності підприємства для підвищення його конкурентоспроможності;
- висвітлення особливостей здійснення досліджень ринку залежно від їх цілей та

напрямів;

- формування уявлень про комплекс спеціальних методів та технологій, що використовуються при виконанні досліджень ринку;
- навчання використанню результатів досліджень ринку для підвищення ефективності прийняття управлінських рішень.

**Пререквізити дисципліни.** Вивчення дисципліни «Дослідження ринку» ґрунтується на дисциплінах «Мікроекономіка», «Основи підприємницької діяльності».

**Постреквізити дисципліни.** «Статистика», «Інноваційне підприємництво та управління стартап-проектами», «Торгівельне підприємництво», «Аналіз та прогнозування біржового ринку», «Обґрунтування та експертиза бізнес-проектів».

**Компетентності.** Результатом вивчення дисципліни «Економіка бізнесу» є здобуття студентами таких компетентностей:

**Спеціальні (фахові) компетентності (СК):**

**СК3.** Здатність здійснювати діяльність у взаємодії суб'єктів ринкових відносин.

**СК5.** Здатність визначати та оцінювати характеристики товарів і послуг у підприємницькій, торговельній, біржовій діяльності.

**СК10.** Здатність до бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків і результатів діяльності у сфері підприємництва, торгівлі та біржової практики з урахуванням ризиків.

**Заплановані результати навчання.** У результаті вивчення навчальної дисципліни «Дослідження ринку» студент повинен:

**РН2.** Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

**РН4.** Використовувати сучасні комп'ютерні і телекомунікаційні технології обміну та розповсюдження професійно спрямованої інформації у сфері підприємницької діяльності.

**РН5.** Організувати пошук, самостійний відбір, якісну обробку інформації з різних джерел для формування банків даних у сфері підприємницької діяльності.

**РН13.** Використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

**РН15.** Оцінювати характеристики товарів і послуг у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності за допомогою сучасних методів.

**РН20.** Знати основи бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків та результатів діяльності підприємницьких, торговельних і біржових структур з урахуванням ризиків.

**Методи навчання.** Під час вивчення дисципліни застосовуються такі методи навчання:

- за джерелом передачі та сприйняття інформації – словесний (пояснення, бесіда), наочний (ілюстрація, презентація), практичний (розрахункові вправи, розгляд та обговорення кейсів);

- за характером пізнавальної діяльності студентів – проблемно-пошуковий, дослідницький, евристичний;

- за логікою навчання – індуктивні, дедуктивні, аналітичні, синтетичні.

**Форми навчання:** групова, індивідуальна.

#### 4. СТРУКТУРА (ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН) ДИСЦИПЛІНИ

Назва змістових модулів і тем	Кількість годин, у тому числі				
	усього	л	п	лаб.	с/р
<b>Змістовий модуль 1. Теоретико-методичні аспекти визначення сутності поняття ринку.</b>					
Тема 1. Сутність, ознаки та види ринків	11	2			9
Тема 2. Сутність, поняття та завдання дисципліни «Дослідження ринку»	11	2			9
Тема 3. Мікро- та макросередовище у дослідженнях ринку	13	2	2		9
Тема 4. Інформаційні аспекти дослідження ринку	17	4	4		9
Тема 5. Дослідження місткості ринку та його сегментування	17	4	4		9
<b>Разом за змістовим модулем 1</b>	<b>69</b>	<b>14</b>	<b>10</b>		<b>45</b>
<b>Змістовий модуль 2. Маркетинг в дослідженні ринку</b>					
Тема 6. Дослідження кон'юнктури ринку	15	2	4		9
Тема 7. Дослідження конкурентного середовища і конкурентів	17	4	4		9
Тема 8. Дослідження динаміки і стійкості розвитку ринку	15	2	4		9
Тема 9. Місце маркетингу в дослідженні ринку	17	4	4		9
Тема 10. Форми й типи реакцій ринку на маркетингові дії	17	4	4		9
<b>Разом за змістовим модулем 2</b>	<b>81</b>	<b>16</b>	<b>20</b>		<b>45</b>
<b>Підготовка до екзамену</b>	<b>30</b>				<b>30</b>
<b>Усього годин</b>	<b>180</b>	<b>30</b>	<b>30</b>		<b>120</b>

#### 5. ЛЕКЦІЙНИЙ КУРС

№ зан.	Тема занять	Кількість годин
1	Теоретико-методичні аспекти визначення сутності поняття ринку. Структура, функції та види ринків. Підходи до вивчення ринків.	2
2	Сутність, поняття та завдання дисципліни «Дослідження ринку».	2
3	Мікро- та макросередовище у дослідженнях ринку.	2
4,5	Інформаційні аспекти дослідження ринку.	4
6,7	Дослідження місткості ринку та його сегментування.	4
8	Дослідження кон'юнктури ринку	2
9,10	Дослідження конкурентного середовища і конкурентів	4
11	Дослідження динаміки і стійкості розвитку ринку	2

12,13	Місце маркетингу в дослідженні ринку	4
14,15	Форми й типи реакцій ринку на маркетингові дії	4
	<b>Разом</b>	<b>30</b>

## 6. ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№ зан.	Тема занять	Кількість годин
1	Макросередовище та мікросередовище у дослідженнях ринку	2
2,3	Сутність, види та принципи ринкової інформації. Носії і джерела ринкової інформації. Методи збору ринкової інформації (первинної та вторинної)	4
4,5	Види місткості ринку. Методи визначення місткості ринку. Сегментація ринку. Дослідження попиту та пропозиції як важливого елемента вивчення місткості ринку.	4
6,7	Дослідження кон'юнктури ринку	4
8,9	Дослідження конкурентного середовища і конкурентів	4
10,11	Аналіз динаміки, стійкості та коливання ринку: основні поняття та завдання. Основні методи прогнозування розвитку ринку	4
12,13	Маркетингова діяльність в ринкових дослідженнях	4
14,15	Форми й типи реакцій ринку на маркетингові дії	4
	<b>Разом</b>	<b>30</b>

## 7. ТЕМИ ЛАБОРАТОРНИХ ЗАНЯТЬ

Навчальним планом лабораторні заняття не передбачені.

## 8. САМОСТІЙНА РОБОТА

№ п/п	Вид роботи / Назва теми	Кількість годин
1	Підготовка до аудиторних занять	30
2	Підготовка до контрольних заходів	30
3	Опрацювання розділів програми, які не викладаються на лекціях: Мідісередовище у дослідженнях ринку Дослідження стратегії просування товару фірми Маркетингові дослідження брендів Персональні продажі як інструмент просування товару Розробка комплексного бюджету просування товарів на ринку	30
4	Підготовка до екзамену	30
	<b>Разом</b>	<b>120</b>



## 9. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Методи контролю успішності навчання: письмовий, тестовий.

## 10. ПОРЯДОК ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

**Курс складається з 2 змістових модулів. Максимальна оцінка за кожний змістовий модуль – 100 балів.**

**Змістовий модуль 1.** Теоретико-методичні аспекти визначення сутності поняття ринку.

Оцінка змістового модулю складається з:

- присутності студента на лекціях (максимальна кількість – 14 балів, 1 лекція – 2 бали);
- присутності студента на практичних заняттях (максимальна кількість – 10 балів, 1 заняття – 1 бал);
- тестування (максимальна кількість – 60 балів). Тестування складається з 20 питань. Кожна правильна відповідь за тестове завдання оцінюється в 3 бали, якщо відповідь неправильна – 0 балів.
- конспектування розділів програми, які не викладаються на лекціях – 16 балів: надання повного розгорнутого конспекту у встановлені викладачем терміни – 13-16 балів; якщо конспект подано своєчасно, але у ньому відсутня деталізація основних питань – 6-12 балів; якщо конспект подано несвоєчасно, у ньому містяться орфографічні помилки, або повністю відсутня відповідь на питання – 0-5 балів.

**Змістовий модуль 2.** Маркетинг в дослідженні ринку.

Оцінка змістового модулю складається з:

- присутності студента на лекціях (максимальна кількість – 8 балів, 1 лекція – 1 бал);
- присутності студента на практичних заняттях (максимальна кількість – 20 балів, 1 заняття – 1 бал);
- тестування (максимальна кількість – 60 балів). Тестування складається з 20 питань. Кожна правильна відповідь за тестове завдання оцінюється в 3 бали, якщо відповідь неправильна – 0 балів.
- конспектування розділів програми, які не викладаються на лекціях – 12 балів: надання повного розгорнутого конспекту у встановлені викладачем терміни – 10-12 балів; якщо конспект подано своєчасно, але у ньому відсутня деталізація основних питань – 4-11 балів; якщо конспект подано несвоєчасно, у ньому містяться орфографічні помилки, або повністю відсутня відповідь на питання – 0-3 бали.

### Критерії оцінювання екзамену

**Максимальна оцінка за екзамен – 100 балів.** Екзамен складається з 50 тестів. За кожну правильну відповідь студент отримує 2 бали, якщо відповідь неправильна – 0 балів.

**Підсумкова оцінка** з дисципліни визначається як середньоарифметична, яка складається з оцінки за змістові модулі 1, 2 та оцінки за екзамен.

## **11. ПОЛІТИКА КУРСУ**

Політика курсу передбачає відповідальність викладача і студента за якість викладення та опанування навчального матеріалу, прозорість оцінювання, дотримання принципів академічної доброчесності. Середовище на заняттях є дружнім та відкритим до конструктивної критики.

**Порядок зарахування пропущених занять.** Відпрацювання пропущених занять відбувається у формі усного опитування (за пропущені лекції) та виконання індивідуального розрахункового завдання (за пропущене практичне заняття).

**Дотримання академічної доброчесності студентами.** Студенти академії мають керуватися у своїй діяльності Кодексом академічної доброчесності ПДАБА ПЛПМ 0812-001:2018, яким встановлено загальні моральні принципи та правила етичної поведінки.

Дотримання академічної доброчесності здобувачами вищої освіти передбачає:

- самостійне виконання всіх видів робіт, завдань, форм контролю, передбачених робочою програмою навчальної дисципліни (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей);
- дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права;
- посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей інших авторів;
- надання достовірної інформації про результати власної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

Дотримуємося Положення про запобігання та виявлення академічного плагіату у ПДАБА. Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. Якщо студент має сумніви або непевність, що його дії або бездіяльність можуть порушити Кодекс академічної доброчесності Академії, він може звернутися за консультацією до Комісії з питань академічної доброчесності.

## **11. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**

### **Основна**

1. Дослідження ринку: конспект лекцій / укладачі: Г.А. Мішеніна, Ю.Т. Матвеева. – Суми: Сумський державний університет, 2015. – 185с.
2. Бойчик, І. М. Економіка підприємства: підручник / І. М. Бойчик. – К. : Кондор, 2016. – 378 с.
3. Карпов В.А., Кучеренко В.Р. Маркетинг: прогнозування кон'юнктури ринку: Навч. посіб. – 2-ге вид., випр. і доп./ В.А. Карпов, В.Р. Кучеренко. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2003. – 284с.
4. Оболенцева Л. В. Кон'юнктурні дослідження галузевого ринку: підручник / Л.В. Оболенцева; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. - Х. : ХНАМГ, 2010. - 248 с.

## Допоміжна

1. Андреева Н. М. Методичні основи використання інноваційних методів при дослідженні впливу ринкового середовища на економіку підприємства / Н. М. Андреева, Д. В. Зінковська // Вісник соціально-економічних досліджень. - 2018. - № 4. - С. 119-127. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsed\\_2018\\_4\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsed_2018_4_13)
2. Жегус О. В. Маркетингові дослідження ринку: монографія / О. В. Жегус, Л. О. Попова, Т. М. Парцирна ; Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі. - Х. : [ХДУХТ], 2010. - 176 с.
3. Окландер М.А. Тенденції маркетингових досліджень: онлайн панелі та онлайн спільноти / М.А. Окландер, Т.О. Окландер, О.І. Яшкіна // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2018. – № 1. – С. 118-119 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2018\\_1\\_118\\_129.pdf](https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2018_1_118_129.pdf).
4. Козицька Г.В. Розвиток маркетингових інтернет-досліджень в умовах глобалізації економічного простору / Г.В. Козицька, І.А. Сергєєв// Ефективна економіка. – 2017. – № 7 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5688#](http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5688#).

## 13. INTERNET-РЕСУРСИ

1. Господарський Кодекс України від 16.01.2002 № 436-IV (із змінами). [Електронний ресурс] Верховна Рада України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15> (дата звернення: 14.03.2022).
2. Податковий Кодекс України від 02.12.2010 №2755-VI (із змінами та доповненнями) [Електронний ресурс] // Верховна Рада України URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019-p#Text3>).
3. Про схвалення Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року від 10.07.2019 р. № 526-р. Кабінет міністрів України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019-p#Text> (дата звернення: 14. 03. 2022).

Розробник \_\_\_\_\_ (Ірина КАШИРНИКОВА)  
(підпис)

Гарант освітньої програми \_\_\_\_\_ (Кіра СПІРІДОНОВА)  
(підпис)

Силабус затверджено на засіданні кафедри  
економіки та підприємництва  
Протокол від «30» серпня 2021 року № 1