

## АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ



### ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ

Дисципліна кафедрального вибору

Спеціальність:	Менеджмент
Мова викладання:	Українська
Кількість студентів, які можуть одночасно навчатися (мінімальна - максимальна):	10-60
Семестр, в якому викладається:	3 семестр перший (бакалаврський) рівень
Кількість: кредитів ЄКТС академічних годин (вказати окремо лекції, лабораторні заняття, практичні заняття, самостійна робота тощо)	5 150 (лекції – 26, практичні – 18, самостійна робота – 150)
Форма підсумкового контролю та наявність індивідуальних завдань:	Іспит
Кафедра, що забезпечує викладання:	Кафедра менеджменту та адміністрування
Викладач, що планується для викладання (окремо по видах навантаження):	Тараєвська Леся Степанівна, к.е.н., доцент кафедри менеджменту та адміністрування
Попередні вимоги для вивчення дисципліни (якщо доречно):	Базові знання з дисциплін «Макро та мікроекономіка»
Перелік компетентностей, яких набує студент після опанування даної дисципліни:	ЗК10 Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК11 Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. СК3 Здатність визначати перспективи розвитку організації; СК4 Вміння визначати функціональні області організації та зв'язки між ними.
Сфера реалізації компетентностей в майбутній професії:	<i>Сфера реалізації компетентностей в майбутній професії:</i> Вміти застосовувати здобуті знання для проведення досліджень ринку;
Сфера реалізації компетентностей в майбутній професії:	Здійснювати комплексну оцінку стану та розвитку ринку.  Програмні результати навчання: ПРН 6 Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень;

	<p>ПРН 11 Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікацій у різних сферах діяльності організації;</p> <p>ПРН16 Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним;</p> <p>ПРН 17 Виконувати дослідження індивідуально та в групі під керівництвом лідера.</p>
<p>Особливості навчання на курсі:</p>	<p>Оцінювання знань студентів проводиться комплексно, як теоретичний матеріал так і практичні навички.</p> <p>Типи завдань: дослідницькі завдання, тестові завдання, ситуаційні вправи, дискусії.</p> <p>Форми контролю: модульний контроль передбачає контроль теоретичних знань і практичних навиків (40 балів –лекційний курс та 60 балів практичний)</p>
<p>Матеріально-технічне забезпечення:</p>	
<p>Стислий опис дисципліни:</p>	<p>Програма дисципліни складається з таких змістових модулів:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сутність маркетингових досліджень та їх види.</li> <li>2. Процес проведення маркетингових досліджень</li> <li>3. Інформація в маркетинговому дослідженні</li> <li>4. Формування системи маркетингової інформації та її аналіз</li> <li>5. Аналіз конкурентного середовища. Формування конкурентних переваг</li> <li>6. Вибір цільового ринку. Стратегія сегментування та позиціонування</li> </ol>

<sup>1</sup> обсяг анотації – 1-2 сторінки, стиль викладення – простий і зрозумілий.