ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ФАХОВИЙ БІЗНЕС-КОЛЕДЖ РІК ЗАСНУВАННЯ - 1966

Відділення менеджменту та маркетингу
ЦК менеджменту та маркетингу

СИЛАБУС

Базова інформація про дисципліну	
Назва дисципліни	DP030 Ринкові дослідження / Market Research
Рівень фахової передвищої освіти	Фаховий молодший бакалавр
Галузь знань	05 Соціальні та поведінкові науки
Спеціальність	051 Економіка
Освітня програма	Економіка
Семестр	I
Курс	3 (на базі базової середньої освіти)
Анотація курсу	Дисципліна формує знання та практичні вміння щодо дослідження ринку, споживачів і конкурентного середовища для обґрунтування рішень підприємства. Розглядаються визначення дослідницької проблеми, організація дослідження, пошук і перевірка інформації, методи спостереження, опитування та експерименту, підготовка анкети, аналіз попиту, місткості й кон'юнктури ринку. Здобувачі опановують базове опрацювання даних у електронних таблицях, підготовку аналітичного звіту та використання онлайн-інструментів. Практична підготовка ґрунтується на життєвих ситуаціях підприємств і виконанні дослідницького проєкту. Особлива увага приділяється достовірності висновків, обмеженням вибірки, етиці взаємодії з респондентами та відповідальному використанню штучного інтелекту.
Сторінка курсу в MOODLE	http://78.137.2.119:2929/course/view.php?id=1052
Мова викладання	українська
Лектор курсу	Лисенко Оксана Миколаївна, викладач, кандидат педагогічних наук СДН «Moodle»: повідомлення в чаті Ел.пошта: oksanalysenko0909@gmail.com
Місце дисципліни в освітній програмі	
Освітньо-професійна програма	http://csbc.edu.ua/documents/otdel/moop124_e.pdf
Перелік загальних компетентностей (ЗК)	ЗК 3. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово. ЗК 5. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 6. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

Перелік спеціальних компетентностей (СК)	СК 1. Здатність ідентифікувати інформацію та усвідомлювати проблеми предметної області, базові засади функціонування сучасної економіки. СК 3. Здатність на основі типової методики і знань, розраховувати економічні і соціально-економічні показники господарюючих суб'єктів. СК 4. Здатність проводити економічний аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання. СК 10. Здатність виявляти проблеми і пропонувати шляхи їх вирішення при аналізі конкретних ситуацій економічного характеру. СК11. Здатність відповідно до поставлених завдань обирати відповідний інструментарій для аналізу соціально-економічних явищ.
Перелік програмних результатів навчання	РН 2. Володіти державною та іноземною мовами у професійній діяльності. РН 3. Здійснювати пошук, збирання, оброблення та аналізування інформації у професійній ДІЯЛЬНОСТІ. РН 4. Застосовувати всебічні спеціалізовані емпіричні та теоретичні знання для розв'язання практичних ситуацій. РН 9. Розв'язувати типові спеціалізовані задачі в професійній діяльності. РН 10. Аналізувати результати діяльності суб'єктів господарювання для визначення напрямів їх удосконалення. РН 14. Знаходити оптимальні, обґрунтовані, творчі рішення для розв'язування професійних завдань. РН 16. Використовувати сучасні інформаційні та комунікаційні технології для проведення аналітичних досліджень, підготовки та представлення звітів.
Опис дисципліни	
Структура навантаження на студента	Загальна кількість годин — 90 Кількість кредитів ЄКТС — 3 Кількість лекційних годин — 22 Кількість годин практичних занять — 23 Кількість годин самостійної роботи — 45 Форма підсумкового контролю — диференційний залік

Методи навчання	Пояснення та ілюстрація навчального матеріалу; проблемні лекції; обговорення управлінських ситуацій; аналіз життєвих кейсів; розрахункові й аналітичні вправи; робота з відкритими даними; підготовка та пілотування анкет; практична робота з електронними таблицями й онлайн-інструментами; індивідуальний дослідницький проєкт; презентація результатів і взаємооцінювання аргументації.
Зміст дисципліни	
Тема 1. Сутність, роль і значення ринкових досліджень у діяльності підприємства	Поняття, мета, завдання та функції ринкових досліджень. Їхнє місце в управлінні підприємством. Основні напрями й об’єкти дослідження. Значення інформації для економічних та управлінських рішень. Відмінність між фактом, припущенням, управлінською і дослідницькою проблемами. Практичне застосування: визначення інформаційних потреб підприємства за умов невизначеності.
Тема 2. Ринок як об’єкт дослідження: структура, учасники та основні характеристики	Поняття й функції ринку. Класифікація ринків, їхні товарні, територіальні, споживчі та часові межі. Покупці, продавці, посередники й інші учасники. Конкурентні структури та чинники розвитку ринку. Основні показники його стану й динаміки. Практичне застосування: визначення меж конкретного ринку та показників для його аналізу.
Тема 3. Інформаційне забезпечення ринкових досліджень	Види ринкової інформації. Первинні та вторинні дані, їхні переваги й обмеження. Внутрішні та зовнішні джерела. Вимоги до якості, актуальності, достовірності й порівнянності інформації. Пошук, відбір та систематизація даних. Практичне застосування: підготовка переліку перевірених джерел і виявлення інформаційних прогалин.
Тема 4. Організація та етапи проведення ринкового дослідження	Визначення проблеми, мети, завдань і гіпотез. Пошукові, описові та причинно-наслідкові дослідження. Кабінетні й польові роботи. Планування послідовності дій, бюджету, строків та відповідальності. Генеральна сукупність, вибірка й джерела похибок. Практичне застосування: розроблення плану дослідження для рішення підприємства.
Тема 5. Методи збору первинної ринкової інформації	Спостереження, опитування, інтерв’ю, фокус-група та експеримент. Якісні й кількісні методи. Особливості особистого, телефонного та онлайн-опитування. Вибір методу відповідно до проблеми й ресурсів. Організація польових робіт, контроль якості та етика взаємодії. Практичне застосування: обґрунтування методів для конкретної дослідницької ситуації.

Тема 6. Анкетування та розроблення дослідницького інструментарію	Структура анкети, типи запитань, шкали й послідовність блоків. Нейтральне формулювання запитань і повнота варіантів відповіді. Вступ для респондента, добровільність участі та конфіденційність. Пілотування, виправлення помилок, кодування відповідей. Практичне застосування: створення та апробація анкети для дослідження споживачів.
Тема 7. Дослідження споживачів та їхньої поведінки	Потреби, мотиви, переваги та процес прийняття рішення про купівлю. Сегментування споживачів і характеристика цільової аудиторії. Оцінювання задоволеності, лояльності, бар'єрів і причин відмови. Відмінності споживчого та організаційного попиту. Практичне застосування: побудова обґрунтованого профілю споживача й визначення напрямів поліпшення пропозиції.
Тема 8. Дослідження конкурентного середовища	Визначення прямих, непрямих і потенційних конкурентів. Джерела конкурентної інформації. Порівняння асортименту, цін, сервісу, каналів збуту та комунікацій. Конкурентні переваги, бенчмаркінг і SWOT-аналіз. Етичні межі конкурентного дослідження. Практичне застосування: підготовка порівняльної матриці конкурентів за однаковими критеріями.
Тема 9. Дослідження попиту, місткості та кон'юнктури ринку	Попит, його чинники та види. Фактична й потенційна місткість ринку, ринкова частка, насиченість і сезонність. Кон'юнктура та показники її оцінювання. Базові підходи до прогнозування й сценарного аналізу. Практичне застосування: розрахунок ринкових показників із зазначенням припущень та обмежень.
Тема 10. Аналіз, інтерпретація та представлення результатів дослідження	Перевірка, очищення, кодування та групування даних. Частоти, частки, середні величини й порівняння груп. Таблиці та діаграми. Відмінність між зв'язком і причинністю, обмеження узагальнень. Структура аналітичного звіту, висновки й рекомендації. Практичне застосування: підготовка звіту для конкретного управлінського рішення.
Тема 11. Цифрові технології та онлайн-інструменти ринкових досліджень	Онлайн-форми, електронні таблиці, відкриті дані та Google Trends. Аналіз відгуків і цифрових сигналів попиту, моніторинг тенденцій. Призначення великих даних та інструментів штучного інтелекту. Перевірка результатів, прозорість використання ШІ та відокремлення синтетичних даних від реальних. Практичне застосування: опрацювання й представлення даних індивідуального проєкту.

Політика дисципліни	
Політика відвідування	Регулярне відвідування всіх видів занять, своєчасність виконання самостійної роботи. За об'єктивних причин студент може отримати індивідуальний графік навчання за погодженням із керівником курсу, завідувачем ЦК та завідувачем відділення.
Політика щодо дедлайнів та перескладання	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку.
Академічна доброчесність	У випадку недотримання політики академічної доброчесності (плагіат, самоплагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво) передбачено повторне проходження оцінювання.
Використання ШІ	Використання ШІ під час виконання завдань регламентується Політикою «Використання ШІ в освітньому процесі ЧДБК». Завдання мають маркування регламенту використання ШІ.
Підсумковий контроль	Диференційний залік у кінці семестру за результатами поточної успішності у формі підсумкового модульного контролю.

Система оцінювання

Система оцінювання підсумкової успішності студентів поділяється на поточний контроль та семестровий контроль.

Поточний контроль здійснюється протягом семестру та охоплює усні відповіді, виконання практичних завдань, експрес-контрольні, модульні контрольні й індивідуальний дослідницький проєкт. Максимальна кількість балів за семестр становить 100.

Підсумковий контроль

Відбувається у формі диференційного заліку за результатами поточної успішності у формі підсумкового модульного контролю.

Розрахунок підсумкової оцінки

Підсумкова оцінка О базується на балах, накопичених протягом семестру S. Ваговий коефіцієнт становить 1. Формула: $O = S \times 1$.

Модульна контрольна № 1 охоплює теми 1–6; модульна контрольна № 2 — теми 7–11.

Індивідуальний проєкт передбачає дослідження обраного ринку: постановку проблеми, план, роботу з даними, аналіз, висновки та презентацію.

Види навчальної роботи	**Загальна кількість балів**
Усні відповіді за темами 1, 2, 4, 7, 9 (5 відповідей по 3 бали)	15
Практичні роботи за темами 2, 5, 6, 8, 10 (5 робіт по 3 бали)	15
Експрес-контрольні за темами 3, 10 (2 роботи по 5 балів)	10
Модульні контрольні роботи (2 роботи по 15 балів)	30
Індивідуальна самостійна робота (дослідницький проєкт із презентацією)	30
Разом	**100**

Критерії оцінювання для кожного виду навчальної роботи

Критерії оцінювання усних відповідей

3 бали — повна й послідовна відповідь, правильне використання понять, обґрунтований приклад і самостійна аргументація.

2 бали — основний зміст розкрито правильно, але є пропуски чи неточності; аргументація потребує уточнення.

1 бал — наведено окремі правильні положення; відповідь фрагментарна, застосування понять утруднене.

0 балів — відповідь відсутня або не містить правильних положень за поставленим питанням.

Критерії оцінювання практичних робіт

3 бали — завдання виконано правильно й повністю; метод і дані обрано обґрунтовано, висновки відповідають результатам.

2 бали — основне завдання виконано; наявні окремі помилки чи неповні пояснення, які не змінюють головного висновку.

1 бал — виконано частину завдання; є суттєві помилки в методі, розрахунках або інтерпретації.

0 балів — роботу не подано або завдання виконано неправильно без обґрунтованого результату.

Критерії оцінювання експрес-контрольних

Кожна робота містить п’ять тестових завдань із однією правильною відповіддю. За правильну відповідь нараховується 1 бал, за неправильну або відсутню — 0 балів. Підсумок за одну роботу: від 0 до 5 балів.

Критерії оцінювання модульних контрольних робіт

Кожна робота містить п’ять тестових завдань по 1 балу та два ситуаційні завдання по 5 балів. Ситуаційне завдання: вибір методу — 1 бал; правильне розв’язання — 2 бали; інтерпретація — 1 бал; обґрунтування висновку — 1 бал. Максимум за одну роботу — 15 балів.

13–15 балів — системне розуміння матеріалу, правильне застосування методів і переконливі висновки; можливі несуттєві неточності.

10–12 балів — основні завдання розв’язано правильно; є окремі помилки або неповна аргументація.

7–9 балів — продемонстровано базове розуміння; застосування методів та пояснення результатів частково правильні.

4–6 балів — виконано лише частину роботи; помилки істотно впливають на результати й висновки.

1–3 бали — наявні окремі правильні відповіді або елементи розв’язання.

0 балів — правильні відповіді та обґрунтовані елементи розв’язання відсутні.

Критерії оцінювання індивідуального дослідницького проєкту

Максимум — 30 балів: постановка проблеми, мета й завдання — 5; план і вибір методів — 5; якість та простежуваність джерел і даних — 5; правильність аналізу — 6; висновки, рекомендації й обмеження — 6; оформлення, презентація та відповіді на запитання — 3.

26–30 балів — цілісний самостійний проєкт, перевірені дані, коректний аналіз, обґрунтовані рекомендації та чітке пояснення обмежень.

21–25 балів — усі основні частини підготовлено; окремі неточності не змінюють головних висновків.

16–20 балів — виконано базові завдання, але аналіз і аргументація неповні; є методичні або розрахункові помилки.

11–15 балів — проєкт частковий; зв’язок між проблемою, даними та рекомендаціями недостатньо обґрунтований.

1–10 балів — подано фрагментарні матеріали; аналіз і практичні висновки значною мірою відсутні або некоректні.

0 балів — проєкт не подано або відсутні результати, що відповідають завданню.

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ТА ВМІНЬ ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ

Бали	Зміст
90-100 відмінно	**Бездоганна підготовка в широкому контексті.** Здобувач виявляє глибокі, системні знання навчального матеріалу, вільно орієнтується в першоджерелах та додатковій літературі, демонструє творчий підхід, аналітичне мислення та здатність застосовувати набуті компетентності в нестандартних ситуаціях.

Бали	Зміст
80-89 дуже добре	**Повні знання, міцні вміння.** Здобувач володіє навчальним матеріалом у повному обсязі, впевнено застосовує практичні навички, вільно виконує передбачені програмою завдання, проте припускається несуттєвих неточностей або незначних помилок при викладенні окремих питань
70-79 добре	**Хороші знання та вміння.** Здобувач грамотно та по суті викладає матеріал, демонструє достатній рівень засвоєння практичних навичок, але припускається деяких неточностей у формулюваннях або має невеликі труднощі під час самостійного виконання складних завдань.
65-69 задовільно	**Задовільні знання, стереотипні вміння.** Здобувач знає основний навчальний матеріал в обсязі, необхідному для подальшого навчання, вирішує завдання за готовим алгоритмом (шаблоном), проте має прогалини в деталях та припускається помилок при самостійних висновках.
60-64 достатньо	**Виконання мінімальних вимог діяльності в стандартних умовах.** Здобувач демонструє засвоєння лише базового рівня матеріалу, спроможний виконувати лише найпростіші завдання в стандартних (знайомих) умовах під керівництвом викладача.
35-59 незадовільно	**Слабкі знання, відсутність вмінь.** Здобувач володіє лише фрагментарними знаннями, не здатний системно викласти матеріал чи застосувати вміння на практиці. Потрібне повторне складання (перескладання) для досягнення мінімального рівня.
1-34 незадовільно	**Необхідний повторний курс.** Здобувач демонструє повну відсутність необхідних знань та вмінь, що унеможливлює складання заборгованості без повторного вивчення навчальної дисципліни

Список рекомендованих джерел

1. Косар Н. С., Мних О. Б., Крикавський Є. В., Леонова С. В. Маркетингові дослідження : підручник. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2018. 460 с.

2. Старостіна А. О. Маркетингові дослідження національних і міжнародних ринків : підручник. Київ : Лазарит-Поліграф, 2012. 480 с.

3. Malhotra N. K. Marketing Research: An Applied Orientation. 7th ed., Global Edition. Harlow : Pearson, 2020.

4. International Chamber of Commerce, Esomar. ICC/Esomar International Code on Market, Opinion and Social Research and Data Analytics. 2025.

Інтернет ресурси

1. Державна служба статистики України — офіційні статистичні дані. https://stat.gov.ua/

2. Національний банк України — статистика. https://bank.gov.ua/ua/statistic

3. Єдиний державний вебпортал відкритих даних. https://data.gov.ua/

4. Google Trends — аналіз пошукового інтересу. https://trends.google.com/trends/

5. Google Forms — офіційна довідка щодо онлайн-опитувань. https://support.google.com/docs/answer/6281888

6. Міжнародний кодекс ICC/Esomar, редакція 2025 року. https://standards.esomar.org/assets/documents/icc-esomar-code-2025.pdf

7. Каталог вибіркових дисциплін ЧДБК для фахової передвищої освіти на 2026–2027 н.р. http://csbc.edu.ua/documents/student/silabus/v2026.pdf