



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ  
ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра міжнародних економічних відносин



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

<b>Назва курсу</b>	<b>Маркетингові дослідження</b>
<b>Викладач</b>	Тетяна РЕШИТЬКО кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин
<b>Контактний телефон</b>	+38(050) 98-40-742
<b>Е-mail:</b>	tatyanaresitko@gmail.com
<b>Обсяг та ознаки дисципліни</b>	Вибіркова дисципліна, змістових модулів – 2. Форма контролю: залік. Загальна кількість кредитів – 4, годин – 120. Формат: очний (offline / face to face) / дистанційний (online). Мова викладання: українська. Рік викладання – 2024-2025 н.р.
<b>Консультації</b>	Консультації проводяться відповідно до Графіку, розміщеному в інформаційному ресурсі moodle.kntu.kr.ua; у режимі відео конференцій Zoom, через електронну пошту, Viber, Messenger, Telegram за домовленістю.
<b>Пререквізити</b>	Особливі вимоги відсутні.

## 1. Мета і завдання дисципліни

**Метою вивчення навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження»** є формування у здобувачів розуміння закономірностей, принципів та механізмів національної та міжнародної маркетингової діяльності, здобуття знань і практичних навичок щодо сучасних методів, процесів, алгоритмів, інструментів управління міжнародною маркетинговою діяльністю організації (підприємства).

**Завдання вивчення дисципліни** – ознайомлення здобувачів із сутністю та змістом маркетингу, досліджень міжнародної маркетингової діяльності та її значенням у сучасному міжнародному бізнесі; формування здатності до оцінки потенціалу міжнародної діяльності фірми, аналізу мотивів та обґрунтування доцільності виходу її на зовнішній ринок; ознайомлення з системами і процесами міжнародного маркетингу; відпрацювання практичних навичок розв'язання маркетингових заходів та виконання відповідних функцій; виховання у здобувачів творчого підходу до пошуку напрямів та резервів удосконалення систем та процесів управління маркетинговою діяльністю підприємства (організації).

## 2. Результати навчання

У результаті вивчення дисципліни здобувач повинен:

**знати:**

- теоретичні основи маркетингу та маркетингових досліджень;
- концепції, основні завдання, функції та сучасні тенденції розвитку міжнародного маркетингу;
- сутність та зміст маркетингового планування;
- методологію комплексного дослідження ринку;
- форми і методи управління товарною, ціновою, збутовою і комунікаційною політикою підприємства;
- форми і методи контролю в системі керування міжнародним маркетингом.

**вміти:**

- розв'язувати складні спеціалізовані задачі та прикладні проблеми у галузі національного та міжнародного маркетингу;
- аналізувати маркетингову інформацію на рівні взаємодії відкритих національних економік та світового господарства в цілому;
- проводити ситуаційний комплексний маркетинговий аналіз окремого підприємства, ринку, галузі;
- обирати на основі аналізу зовнішнього середовища адаптовану або стандартизовану стратегію по відношенню до конкретного товару;
- визначати найефективніші канали поширення інформації щодо конкретної товарної групи.

**набути соціальних навичок (soft-skills):**

- здійснювати професійну комунікацію, ефективно пояснювати і презентувати матеріал, взаємодіяти в проектній діяльності;
- вчитися керувати людьми, проводити аналіз своєї діяльності.

### **3. Політика курсу та академічна доброчесність**

Очікується, що здобувачі вищої освіти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлювати наслідки її порушення.

При організації освітнього процесу в Центральнотукраїнському національному технічному університеті здобувачі вищої освіти, викладачі та адміністрація діють відповідно до: Положення про організацію освітнього процесу; Положення про організацію вивчення вибіркових навчальних дисциплін та формування індивідуального навчального плану ЗВО; Кодексу академічної доброчесності ЦНТУ.

### **4. Програма навчальної дисципліни**

*Змістовий модуль I. Теоретичні основи маркетингових досліджень*

**Тема 1.** Сутність маркетингу, його завдання, функції та види.

**Тема 2.** Сутність і специфіка міжнародного маркетингу.

**Тема 3.** Сутність маркетингового дослідження. Міжнародне маркетингове дослідження.

*Змістовий модуль II. Маркетингові дослідження міжнародних ринків*

**Тема 4.** Аналіз зовнішнього середовища міжнародного маркетингу.

**Тема 5.** Вибір і дослідження міжнародних ринків.

**Тема 6.** Товарна політика. Міжнародний маркетинговий комплекс.

**Тема 7.** Цінова політика підприємства. Міжнародна цінова політика.

**Тема 8.** Міжнародні маркетингові комунікації.

### **5. Система оцінювання та вимоги**

Види контролю: поточний, підсумковий.

Методи контролю: спостереження за навчальною діяльністю здобувачів, усне опитування, письмовий контроль.

Рейтинг студента із засвоєння дисципліни визначається за 100 бальною шкалою, у тому числі: перший рубіжний контроль – 50 балів, другий рубіжний контроль – 50 балів.

Семестровий залік полягає в оцінці рівня засвоєння здобувачем вищої освіти навчального матеріалу на лекційних, семінарських та практичних заняттях і виконання індивідуальних завдань за стобальною та шкалою ЄКТС результатів навчання.

## 6. Рекомендована література

1. Буднікевич І. М. Маркетинг у галузях і сферах діяльності: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 536 с.
2. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. №436-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15?find=1&text#Text> .
3. Маркетинг у банках: навч. Посіб. / Безус Р.М. та ін. Дніпро : Журфонд, 2019. 320 с.
4. Митний кодекс України від 13.03.2012 р. № 4495-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17#Text> .
5. Миценко І.М. Трансформація системи управління зовнішньоекономічною та інвестиційною безпекою України в умовах глобалізації: монографія / І. М. Миценко, І. Г. Бабець; Центральноукраїн. нац. техн. ун-т. - Кропивницький: Поліграф-Сервіс, 2021. - 464 с.
6. Mytsenko, I.; Synytsia, L.; Romaniuk, L.; Mytsenko, V.; Reshytko, T. 2019. Investment security models in mergers and acquisition agreements for international corporations, Journal of Security and Sustainability Issues 9(1): 185-198. [http://doi.org/10.9770/jssi.2019.9.1\(14\)](http://doi.org/10.9770/jssi.2019.9.1(14))
7. Про валюту і валютні операції: Закон України від 21 черв. 2018 р. №2473-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2473-19#Text> .
8. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16 квіт.1991 р. № 959-XII. ВВР. 2010. № 37. 496 с.
9. Решитько Т.В. Світові ринки агропродовольчих товарів, участь у них України. *Центральноукраїнський науковий вісник*. Економічні науки. Випуск 7(40). 2021. С.115-122.
10. Решитько Т.В. Розвиток міжнародних торговельних відносин аграрного сектору економіки України в контексті євроінтеграції. *Центральноукраїнський науковий вісник*. Економічні науки. Випуск 9(42). 2023. С. 117-124.
11. Решитько Т.В. Напрями зближення державної аграрної політики України із Спільною аграрною політикою Європейського Союзу. *Центральноукраїнський науковий вісник*. Економічні науки. Випуск 9(42). 2023. С.32-37.
12. Сет Годін. Це маркетинг. *ArtHuss*. 2024. 210 с.
13. Фінанси, банківська справа та страхування. Корпоративні фінанси та фінансове посередництво: підручник / за ред. П. О. Нікіфорова, Н. А. Бак. Чернівці : ЧНУ ім. Ю. Федьковича, 2019. 296 с.
14. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.
15. List of all RTAs. / WTO: official website URL: <http://rtais.wto.org/UI/PublicAllRTAList.aspx>.
16. United nations conference on trade and development (UNCTAD): official website. URL : <http://unctad.org/en/Pages/Home.aspx> .

*Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри міжнародних економічних відносин, Протокол № 1 від «29» серпня 2024 р.*