



МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ. КУРСОВА РОБОТА (ПО 24)

Реквізити навчальної дисципліни

Рівень вищої освіти	Перший (освітньо-професійний)
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Освітня програма	Промисловий маркетинг
Статус дисципліни	Обов'язкова
Форма навчання	Очна (денна), заочна
Рік підготовки, семестр	3 курс, 6 семестр
Обсяг дисципліни	1 кредитів/30 годин
Семестровий контроль/ контрольні заходи	залік / семестрові атестації, захист курсової роботи
Розклад занять	Згідно розкладу: https://schedule.kpi.ua/
Мова викладання	Українська
Інформація про керівника курсу / викладачів	Керівництво та консультування: Солнцев Сергій Олексійович, професор кафедри промислового маркетингу, д.ф.-м.н., професор <i>e-mail: sergy.solntsev@gmail.com</i> Жигалкевич Жанна Михайлівна, В.о. завідувача кафедри промислового маркетингу, д.е.н., професор, <i>e-mail: zhygalkevych@gmail.com</i>
Розміщення курсу	https://campus.kpi.ua https://do.ipk.kpi.ua/course/view.php?id=7964

Програма навчальної дисципліни

1. Опис навчальної дисципліни, її мета, предмет вивчення та результати навчання

Дисципліна спрямована на формування у студентів системного розуміння процесу збирання, аналізу та інтерпретації інформації, необхідної для прийняття управлінських рішень у сфері маркетингу. Курс охоплює теоретичні та практичні аспекти організації маркетингових досліджень, методи збору первинної та вторинної інформації, кількісні й якісні підходи до аналізу даних, а також сучасні цифрові інструменти досліджень ринку. У процесі навчання студенти опановують методологію планування дослідження, формулювання проблеми, розроблення анкет, проведення опитувань, обробки результатів і підготовки аналітичних звітів для бізнесу.

Мета курсової роботи:

Метою вивчення дисципліни є формування у студентів знань, умінь і навичок, необхідних для планування та проведення маркетингових досліджень, збору, обробки та аналізу ринкової інформації, інтерпретації результатів досліджень для прийняття ефективних маркетингових рішень, використання сучасних аналітичних та цифрових інструментів для дослідження поведінки споживачів, конкурентного середовища та ринкових тенденцій.

Предмет курсу курсової роботи:

Методи, інструменти і процеси, економічні категорії, науково-методичні та практичні аспекти маркетингових досліджень.

Вивчення дисципліни дозволить сформувати у здобувача такі **компетентності та програмні результати навчання:**

- здатність проявляти визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків (ЗК5);
- знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності (ЗК6);
- здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях (ЗК7);
- здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі (ФК3);
- здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими (ФК4);
- здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу (ФК5);
- демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності (ПРН1);
- застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу, у тому числі на промисловому та споріднених ринках (ПРН3);
- збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на 9 основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію (ПРН4);
- демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта, у тому числі на промисловому та споріднених ринках (ПРН11);
- виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним (ПРН12);
- відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи (ПРН13);
- відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетинголога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки (ПРН16).

2. Пререквізити та постреквізити дисципліни (місце в структурно-логічній схемі навчання за відповідною освітньою програмою)

Пререквізити: «Маркетинг», «Інвестування».

Постреквізити: переддипломна практика, виконання дипломної роботи бакалавра.

3. Зміст навчальної дисципліни

Зміст та рекомендації до виконання курсової роботи детально представлені у дистанційному курсі на платформі дистанційного навчання «Сікорський платформа».

4. Навчальні матеріали та ресурси

Основна література:

1. Мартинович Н.О., Горник В.Г., Бойченко Е.Б. Маркетингові дослідження: навчальний посібник. Київ: «Видавництво Людмила», 2021. 323 с.
2. Збарський В. К., Талавиря М. П., А. Д. Остапчук. Маркетингові дослідження: навчально-науковий посібник: за редакцією професора В. К. Збарського. Київ: ЦП «КОМПРИНТ», 2023. 559 с.
3. Данченко О.Б., Дзюба Т.В. Маркетингові дослідження у проєктах: навчальний посібник. Київ: ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», 2021. 224 с.
4. Полторак В. А., Тараненко І. В., Красовська О. Ю. Маркетингові дослідження: 4-те вид., доп. перероблене. 356 с.

Додаткова література:

1. Маркетингові дослідження: навчально-методичний комплекс [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студентів спеціальності 075 «Маркетинг», освітня програма «Промисловий маркетинг» / Солнцев С. О., Черненко О. В. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 118 с.
2. Безугла Л. С., Ільченко Т.В., Юрченко Н.І., Кобернюк С.О., Воловик Д.В. Маркетингові дослідження : навчальний посібник. Дніпро : Видавець Біла К.О., 2019. 299 с. (Бібліотека КПІ ім. Сікорського)

3. Липчук В. В. , Погребняк Л.В. Маркетингові дослідження : навчальний посібник. Львів : Видавництво "Магнолія 2006", 2019. 347 с. (Бібліотека КПП ім. Сікорського).
4. Маркетингове забезпечення інноваційних процесів промислових підприємств : монографія / Є. В. Гнітецький та ін. Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, 2017. 166 с.
5. Солнцев С. О., Москаленко О. Д., Черненко О. В. Система моніторингу маркетингового середовища підприємства. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. 2018. №15. С. 341–354.
6. Черненко О. В. Архітектура маркетингової інформаційної системи в умовах інформаційно-комунікативного середовища. *Бізнес-Інформ*. 2016. № 11. С. 433–440.
7. Черненко О. В. Маркетингова інформація в управлінні підприємством. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. 2017. №14. С. 369–374.
8. Solntsev S., Chernenko O. The use of modern information and communication technologies by Ukrainian enterprises-producers of domestic boilers. *Economic&Education. International Scientific Journal*. ISMA University, Riga, 2018. Vol.3, Issue 1. Pp.47–53.

Навчальний контент

5. Методика опанування навчальної дисципліни (освітнього компонента)

Викладання та опанування освітньої компоненти ґрунтується на ряді методів навчання:

основні методи навчання: консультації, робота з навчально-методичною літературою і інформаційними ресурсами, методи самостійної роботи під керівництвом викладача;

загальні методи навчання: проблемно-пошуковий, евристичний;

спеціальні методи навчання: метод індивідуальних навчально-дослідних завдань.

Реалізація освітнього компоненту здійснюється за рахунок організації самостійної роботи студентів. Загальний обсяг часу, що виділяється на опанування освітньої компоненти, складає 30 годин (1 кредит). Реалізація освітньої компоненти здійснюється під керівництвом викладачів, які здійснює консультування, перевірку та приймає захист курсової роботи у складі комісії.

Відповідність програмних результатів, методів навчання і форм оцінювання

Програмні результати навчання	Методи навчання	Форми оцінювання
ПРН 2 ПРН 3, ПРН 4 ПРН 6 ПРН 12 ПРН 13 ПРН 16	Консультації, робота з навчально-методичною літературою і інформаційними ресурсами . <i>Загальні методи навчання:</i> проблемно-пошуковий, евристичний. <i>Спеціальні методи навчання:</i> презентації, метод індивідуальних навчально-дослідних завдань	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає оцінювання змісту курсової роботи та захисту курсової роботи у вигляді презентаційної доповіді. Підсумковий контроль – залік

Структурно-логічна побудова курсу

Тиждень навчання	Назва етапу роботи	Навчальний час (СРС), годин
1-2	Вибір компанії – бази дослідження курсової роботи	3
3-5	Підбір і вивчення літератури	6
6-8	Виконання розділу 1	6
9-12	Виконання розділу 2	6
13-16	Виконання розділу 3	6
17	Подання роботи на перевірку	1
18	захист КР	2
Всього годин		30

Курсова робота виконується по компанії (підприємству), яку студент обирає самостійно, або спираючись на пораду викладача.

6. Політика навчальної дисципліни (освітнього компонента)

Захист індивідуальних завдань

Індивідуальним завданням з курсу «Управління розвитком підприємства» є курсова робота, яка виконується протягом всього семестру згідно методичних вказівок, які надаються студентам на першому практичному занятті. Захист курсової роботи складається із презентації двох частин: перша частина з вихідними даними презентується протягом перших трьох тижнів семестру, друга частина, яка містить проект організаційного розвитку презентується протягом двох останніх тижнів семестру.

На захист курсової роботи кожен студент має підготувати презентацію згідно визначеної структури.

Пропущені контрольні заходи оцінювання.

Контроль процесу виконання курсової роботи відбувається на етапах семестрових атестацій. Завершена курсова робота має бути подана на перевірку не пізніше ніж за тиждень до дати захисту, який відбувається на останньому навчальному тижні. В разі несвоечасного подання курсової роботи на перевірку захист курсової роботи переноситься на період додаткової сесії

Заохочувальні та штрафні бали

Заохочувальні бали студент може отримати за поглиблене вивчення окремих тем курсу, що може бути представлено у вигляді наукових тез, наукової статті, есе, презентації тощо. Також заохочувальні бали студент може отримати за участь у студентських олімпіадах та конкурсах наукових робіт згідно тематиці курсу.

Штрафні бали з курсової роботи не передбачаються.

Академічна доброчесність

При оцінювання робіт студентів особлива увага приділяється дотриманню політики академічної доброчесності. В разі виявлення дублювання робіт, такі роботи отримують нульовий рейтинг.

При виявленні значного рівня запозичень в курсовій роботі без належного цитування, курсова робота не допускається до захисту.

7. Види контролю та рейтингова система оцінювання результатів навчання (PCO)

Закінчена і належним чином оформлена курсова робота завантажується на платформу дистанційного навчання «Сікорський» згідно плану навчальної дисципліни.

Захист курсової роботи відбувається через тиждень після представлення роботи та проходження перевірки на плагіат. Протягом тижня викладач перевіряє роботу, і якщо вона не відповідає встановленим вимогам, повертає її на доробку.

Процедура захисту курсової роботи складається із [6]:

- стислого повідомлення автора відносно виконаної роботи (тема, основні питання, що вивчалися, описується база виконання розрахункової роботи та отримані результати) із презентацією;
- відповідей на запитання викладача;
- бального оцінювання курсової роботи відповідно рейтингової системи оцінювання навчальної дисципліни:

ваговий бал за курсову роботу 100 балів (стартова складова – 50 балів; складова захисту – 50 балів).

Критерії оцінювання:

1. Стартова складова:

- сучасність та обґрунтування прийнятих рішень – до 20 балів;
- правильність застосування методів аналізу і розрахунку – до 20 балів;
- якість оформлення, виконання вимог нормативних документів – до 5 балів;
- якість графічного матеріалу і дотримання вимог стандартів – до 5 балів.

Із врахуванням критеріїв шкала оцінювання складає:

- «відмінно» – повне висвітлення всіх питань відповідно до структури курсової роботи, застосування коректних інструментів аналізу, пропозиція сучасних, обґрунтованих рішень, робота оформлена відповідно до стандарту, коректне застосування графічного матеріалу: 47,5–50 балів;
- «дуже добре» – повне висвітлення всіх питань відповідно до структури курсової роботи, обсяг інформації не менше ніж 85%, є окремі неточності та помилки, застосування коректних інструментів аналізу, пропозиція сучасних, обґрунтованих рішень, робота оформлена відповідно до стандарту, коректне застосування графічного матеріалу: 42,5–47 балів;
- «добре» – неповне висвітлення всіх питань відповідно до структури курсової роботи, обсяг інформації – не менше 75% від потрібного, є окремі неточності та помилки, застосування коректних інструментів аналізу, пропозиція сучасних, наявність окремих недостатньо або невірно обґрунтованих рішень, робота оформлена відповідно до стандарту, коректне застосування графічного матеріалу: 37,5–42 балів;
- «задовільно» – часткове висвітлення не всіх питань відповідно до структури курсової роботи, обсяг інформації не менше 65%, застосування некоректних інструментів маркетингового аналізу, пропозиція сучасних, проте частково не обґрунтованих рішень, робота оформлена відповідно до стандарту, коректне застосування графічного матеріалу: 32,5–37 балів;
- «достатньо» – часткове висвітлення не всіх питань відповідно до структури курсової роботи, можливе застосування некоректних інструментів маркетингового аналізу, пропозиція необґрунтованих рішень, робота не оформлена відповідно до стандарту, коректне застосування графічного матеріалу: 30–32 бали;
- «незадовільно» – висвітлено менше 60% необхідної інформації, окремі пункти чи розділи відсутні, висновків немає, рекомендації помилкові, порушення стандартів оформлення, невірно поданий графічний матеріал або робота відсутня: 0–29 балів.

У випадку, якщо робота отримує менше ніж 25 балів – до захисту вона не допускається.

2. Складова захисту курсової роботи:

- якість доповіді – до 10 балів;
- ступінь володіння теоретичним та практичним матеріалом – до 20 балів;
- ступінь обґрунтування прийнятих рішень – до 15 балів;
- вміння захищати свою думку – до 5 балів.

Із врахуванням критеріїв захисту шкала оцінювання складає:

- «відмінно» – повне висвітлення всіх питань відповідно до структури курсової роботи, висока якість доповіді, вільне володіння матеріалом, пропозиція сучасних, обґрунтованих рішень, обґрунтована відповідь на всі запитання, грамотно оформлена презентація, коректне застосування графічного матеріалу: 47,5–50 балів;
- «дуже добре» – повне висвітлення всіх питань відповідно до структури курсової роботи, висока якість доповіді, вільне володіння матеріалом, пропозиція сучасних, обґрунтованих рішень, помилки або недостатньо обґрунтовані відповіді, відповіді не на всі запитання, грамотно оформлена презентація, коректне застосування графічного матеріалу: 42,5–47 балів;
- «добре» – неповне висвітлення всіх питань відповідно до структури курсової роботи, висока якість доповіді, не зовсім вільне володіння матеріалом, часткові дані відсутні, пропозиція сучасних, обґрунтованих рішень, проте проблеми із відповіддю на запитання: відповідь не на всі запитання, помилкові відповіді, грамотно оформлена презентація, коректне застосування графічного матеріалу: 37,5–42 балів;
- «задовільно» – неповне висвітлення всіх питань відповідно до структури курсової роботи, окремі питання відсутні, порушені зв'язки між частинами роботи, середня якість доповіді, не зовсім вільне володіння матеріалом, частково дані відсутні, пропозиція недостатньо обґрунтованих рішень, проблеми із відповіддю на запитання: відповідь не на всі запитання, помилкові відповіді, грамотно оформлена презентація, можливе некоректне застосування графічного матеріалу: 32,5–37 балів;
- «достатньо» – питання та розділи висвітлені частково або не висвітлені, студент не орієнтується у матеріалі досить вільно, не розуміє внутрішніх зв'язків між частинами роботи, доповідь наявна,

часткові дані відсутні, пропозиція необґрунтованих рішень, проблеми із відповіддю на запитання: відповідь не на всі запитання, помилкові відповіді, наявна презентація, можливе некоректне застосування графічного матеріалу: 30–32 бали;

- «незадовільно» – висвітлено менше 60% необхідної інформації, окремі пункти чи розділи відсутні, висновків немає, рекомендації помилкові, відсутня або помилкова презентація, відсутнє володіння матеріалом, відсутні або помилкові відповіді на запитання: 0–29 балів.

Умови допуску до семестрового контролю: допуском до захисту курсової роботи є її своєчасно представлення викладачу для перевірки, а також відсутність плагіату, текстових запозичень без належних посилань тощо.

Таблиця відповідності рейтингових балів оцінкам за університетською шкалою:

<i>Кількість балів</i>	<i>Оцінка</i>
100-95	Відмінно
94-85	Дуже добре
84-75	Добре
74-65	Задовільно
64-60	Достатньо
Менше 60	Незадовільно
Не виконані умови допуску	Не допущено

8. Додаткова інформація з кредитного модуля

У разі запровадження обмежень на відвідування ЗВО, пов'язаних з введенням карантину, консультування та захист курсової роботи здійснюються за використання Zoom Video Communications згідно «Регламенту організації освітнього процесу в дистанційному режимі» (затверджено наказом №7/148 від 21.08.2020 р.) та «Регламенту проведення семестрового контролю в дистанційному режимі» (<https://osvita.kpi.ua/node/148>).

Робочу програму кредитного модуля (силабус):

Складено завідувачем кафедри промислового маркетингу, д.ф.-м.н., проф. Солнцевим Сергієм Олексійовичем, професором кафедри промислового маркетингу, д.е.н., проф. Жигалкевич Жанною Михайлівною.

Ухвалено кафедрою промислового маркетингу (протокол № 20 від 27.06.2025)

Погоджено Методичною комісією факультету менеджменту та маркетингу (протокол № 11 від 30.06.2025)