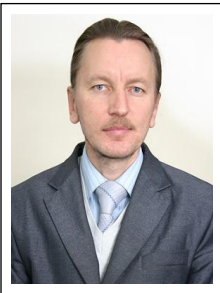




Силабус навчальної дисципліни
«Соціологічне забезпечення маркетингових досліджень»
Спеціальність: 054. Соціологія
Галузь знань: 05. Соціальні та поведінкові науки

Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна вибіркового компонента фахового переліку
Семестр	Весняний семестр
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/загальна кількість годин	3 кредити / 90 годин
Мова викладання	Українська
Що буде вивчатися (предмет навчання)	Об'єкт і предмет маркетингових досліджень, категорії та закони маркетингових досліджень, методи маркетингових досліджень
Чому це цікаво/потрібно вивчати (мета)	Метою викладання навчальної дисципліни “Соціологічне забезпечення маркетингових досліджень” є вивчення основних напрямків маркетингових досліджень; методологічних основ маркетингового дослідження, структури і сутності кожної складової методологічного та процедурного розділів програми маркетингового дослідження.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Вивчення кількісних методів одержування первинної емпіричної інформації, їх особливостей, інструментарію та технік
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	Здатність збирати кількісну та якісну соціологічну інформацію Здатність використовувати соціальні технології з метою моніторингу стану соціального середовища
Навчальна логістика	Зміст дисципліни: Поняття маркетингової інформаційної системи та маркетингового дослідження. Програма дослідження МІС та маркетингові дослідження. Методологічний розділ програми маркетингового дослідження. Методичний розділ програми маркетингового дослідження. Визначення вибіркової сукупності у маркетинговому дослідженні. Процедура вимірювання в маркетингових дослідженнях. Кількісні методи збору інформації в маркетингових дослідженнях. Якісні методи збору інформації в маркетингових дослідженнях. Методи фокус-групи та case study, специфіка їх використання в маркетингових дослідженнях. Напрямки маркетингових досліджень

Пререквізити	Знання з соціології, загальні та фахові знання, отримані на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти
Пореквізити	Знання з соціологічного забезпечення маркетингових досліджень теорії розвитку можуть бути використані під час написання магістерської роботи
Інформаційне забезпечення з фонду та репозитарію НТБ НАУ	<p>Науково-технічна бібліотека НАУ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Соціологія: теорія, методи, маркетинг – Київ:, 2010. – 232 с. 2. Маркетинговые исследования в Украине – Киев: Студцентр, 2018. – 58 с 3. Маркетинг в Україні – Київ, 2007. – 72 с. 4. Бревнов Алексей Алексеевич. Маркетинг малого предприятия: практическое пособие. – Киев: ВИРА-Р, 1998. – 384 с 5. Усик С. П. Оцінка ефективності маркетингової діяльності вітчизняних підприємств/ С. П. Усик. Головний документ: Економіка та держава: Міжнародний науково-практичний журнал/ Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості – Київ, 2011. – : № 5. – С. 33-38. <p>Репозитарій НАУ: Соціологічне забезпечення маркетингових досліджень. Робоча навчальна програма https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/21267</p>
Локація та матеріально-технічне забезпечення	Аудиторія теоретичного навчання, проєктор
Семестровий контроль, екзаменаційна методика	Залік, тестування
Кафедра	Соціології та політології
Факультет	Лінгвістики та соціальних комунікацій
Викладач(і)	 <p>ІБ викладача: ЧУПРІЙ ЛЕОНІД ВАСИЛЬОВИЧ Посада: професор Вчене звання: доцент Науковий ступінь: доктор політичних наук Профайл викладача:</p> <p>http://www.lib.nau.edu.ua/naukpraci/teacher.php?id=11786 Тел.: 0979467844 E-mail: chupriy2006@ukr.net Робоче місце: 8.707</p>
Оригінальність навчальної дисципліни	Авторський курс
Лінк на дисципліну	Код класу Classroom: o3qxdz3