

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЖИТОМИРСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА
ФРАНКА

Л. Д. Павловська
Д. В. Павловський

Маркетингові дослідження

Навчальний посібник

Житомир

2017

УДК 339.138(075.8)

ББК 65.290-2я73

П12

*Рекомендовано до друку вченою радою Житомирського державного
університету імені Івана Франка
(протокол № 12 від 28. 04. 2017 р.)*

Рецензенти:

М. В. Мальчик – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу Національного університету водного господарства та природокористування;

А. Д. Чикуркова – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту, публічного управління та адміністрування Подільського державного аграрно-технічного університету.

П12 Павловська Л. Д., Павловський Д. В. Маркетингові дослідження: навч. посіб. – Житомир: Вид. О. О. Євенок, 2017. – 344 с.

У навчальному посібнику наведена робоча програма дисципліни; навчально-методичне забезпечення лекційного курсу та презентації лекцій у Power Point; інструктивно-методичні матеріали до семінарських і практичних занять з конкретними завданнями, задачами, кейсами та прикладами їх вирішення; методичні рекомендації до організації самостійної та індивідуальної роботи студентів; запитання до іспиту та приклад завдання до модульної контрольної роботи; термінологічний словник. Значна увага приділена особливостям сучасних маркетингових досліджень, зокрема, пов'язаних з безбюджетним та Інтернет-маркетингом. Передбачається використання відео майстер-класів провідних вітчизняних та зарубіжних маркетингологів.

Програма вивчення навчальної дисципліни відповідає ОПП підготовки бакалаврів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг». Запропоновані матеріали можуть також бути використані у підготовці фахівців інших спеціальностей.

У навчальному посібнику поєднані теоретичні надбання та власний практичний досвід маркетингової діяльності у вітчизняних та зарубіжних підприємствах.

Для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів освіти, аспірантів, викладачів, науковців, керівників і спеціалістів.

УДК 339.138(075.8)

ББК 65.290-2я73

©Павловська Л.Д., Павловський Д.В., 2017

ISBN 978-617-7607-28-0

© О. О. Євенок, видання, 2017

ЗМІСТ

Передмова	4
Анотація навчальної дисципліни	6
Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження»	8
Навчально-методичне забезпечення лекційного курсу дисципліни	28
Інструктивно-методичні матеріали до семінарських та практичних занять	34
Методичні рекомендації до організації самостійної та індивідуальної роботи студентів	68
Приклад завдання до модульної контрольної роботи	83
Тести до іспиту	84
Запитання до іспиту	109
Термінологічний словник	112
Літературні джерела	139
Презентації лекцій навчальної дисципліни у Power Point	142

ПЕРЕДМОВА

За умов посилення конкуренції та першочерговості використання маркетингових інструментів у досягненні конкурентних переваг ведення бізнесу підготовка фахівців економічного профілю, особливо маркетологів, вимагає комплексних знань з маркетингових досліджень як основи ведення підприємницької діяльності. Майбутнім фіхівцям надзвичайно важливо розуміти суть маркетингових досліджень, уміти досконало та впевнено їх проводити на рівні ринку та конкурентів, споживачів та фірми.

Не дивлячись на наявність значної кількості різноманітної літератури з маркетингових досліджень, деякі аспекти дисципліни потребують уточнення, сучасної інтерпретації, доповнення. З цією метою пропонується даний навчальний посібник, в якому представлена робоча програма дисципліни, навчально-методичне забезпечення лекційного курсу та презентації лекцій у Power Point, інструктивно-методичні матеріали до семінарських і практичних занять з конкретними завданнями, задачами, кейсами та прикладами їх вирішення; методичні рекомендації до організації самостійної та індивідуальної роботи студентів; запитання і тести до іспиту та приклад завдання до модульної контрольної роботи; термінологічний словник. Презентація маркетингового дослідження у кондитерській галузі у Power Point наведена як приклад виконання студентами індивідуального професійно-орієнтованого завдання з дисципліни.

Значна увага приділена особливостям сучасних маркетингових досліджень, зокрема, пов'язаних з безбюджетним та Інтернет-маркетингом. Широке використання відео майстер-класів провідних вітчизняних та зарубіжних маркетологів з конкретних сучасних проблем проведення маркетингових досліджень та ведення бізнесу сприятиме кращому засвоєнню матеріалу та формуванню висококваліфікованих, обізнаних у тонкощах вирішення нагальних завдань підприємництва спеціалістів.

Програма вивчення навчальної дисципліни «Маркетингові дослідження» складена відповідно до місця та значення дисципліни за структурно-логічною схемою, передбачуваною освітньо-професійною програмою підготовки бакалаврів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг».

Наведені нижче інструктивно-методичні розробки та презентації дисципліни «Маркетингові дослідження» можуть також бути використані при підготовці фахівців спеціальності 073 «Менеджмент», 051 «Економіка», 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» та інших економічних спеціальностей.

У навчально-методичному посібнику автори прагнули поєднати попередні теоретичні надбання і набуті власні знання та практичний досвід маркетингової діяльності у підприємствах України, США, Швейцарії.

Маємо надію, що доступна форма викладення матеріалу дозволить збільшити аудиторію користувачів посібника і буде корисною не тільки у

вивченні дисципліни, але і у багатьох виробничих і життєвих ситуаціях студентам економічних та інших спеціальностей вищих навчальних закладів освіти, аспірантам, викладачам, науковцям, керівникам і спеціалістам.

Щиро дякуємо рецензентам навчального посібника: Мар'яні Василівні Мальчик – доктору економічних наук, професору, завідувачу кафедри маркетингу Національного університету водного господарства та природокористування та Аллі Дмитрівні Чикурковій – доктору економічних наук, професору, завідувачу кафедри менеджменту, публічного управління та адміністрування Подільського державного аграрно-технічного університету.

Висловлюємо вдячність нашим колегам, рідним та близьким за їх розуміння та підтримку, а також студентам ЖДУ ім. І. Франка, які з нетерпінням чекали виходу цього посібника.

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Спеціальність: 075 Маркетинг

Освітня програма: Маркетинг

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський).

Назва навчальної дисципліни: Маркетингові дослідження.

Статус дисципліни: нормативна.

Мова навчання: українська.

Семестр: 6.

Кредити ЄКТС: 4.

Програмні результати навчання: студенти повинні *знати*: основні поняття та концепції маркетингових досліджень (МД); правильно ставити цілі МД; методи та інструменти аналізу даних; джерела та методи збирання маркетингової інформації; порядок та методики проведення МД ринку; механізм проведення МД конкурентного середовища; способи організації і проведення МД конкурентів та конкурентоспроможності фірми, поведінки споживачів; механізм проведення дослідження фірми.

Вміти: визначити мету та задачі МД; скласти пошукові запитання, анкету чи форму для спостереження; проводити анкетне опитування, вибірку та аналіз їх результатів; проводити маркетингове дослідження ринку, конкурентів, поведінки споживачів, фірми; визначати інтенсивність конкуренції; визначати конкурентоспроможність підприємства та продукції; оцінити точність, достовірність, економічну ефективність МД.

Модулі та змістовні модулі навчальної дисципліни:

1. Система маркетингу та її інформаційне забезпечення.
2. Маркетингове дослідження ринку та конкурентів.
3. Маркетингові дослідження споживачів та фірми.
4. Особливості проведення маркетингових досліджень в сучасних умовах.

Вид семестрового контролю: іспит – 6 семестр.

Рекомендована література:

1. Войчак А.В. Маркетингові дослідження [Текст]: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / А.В. Войчак. – К.: КНЕУ, 2001. – 119 с.
2. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика [Текст]: учеб. / Е. П. Голубков. – [4-е изд., перераб. и доп.]. – М.: Финпресс, 2008. – 496 с.
3. Зозулев А.В. Маркетинговые исследования : теория, методология, статистика [Текст]: учеб. пособие. / А.В. Зозулев, С.А. Солнцев. – М. : Рыбари; К. : Знання, 2008. – 643 с. – (Высшее образование XXI века).

4. Крикавський Є.В. Маркетингові дослідження [Текст]: навч. посіб. / Є.В. Крикавський, Н.С. Косар, О.Б. Мних, О.А. Сорока. – Львів: Нац. Університет «Львівська політехніка» (ІВЦ «Інтелект» + ІПДО), «Інтелект-захід», 2004. – 288 с.
5. Лилик І. В. Маркетингові дослідження: кейси та ситуаційні справи. Практикум./ І.В. Лилик, О.В. Кудирко – К.: КНЕУ, 2010. – 313 с.

Internet джерела:

1. Войчак А.М., Федорченко А.В. Маркетингові дослідження: Підручник. – К. : КНЕУ, 2007. — 408 с. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.twirpx.com/file/1190778/>
2. Лилик І.В., Кудирко О.В. Маркетингові дослідження: кейси та ситуаційні справи: Практикум. – К.: КНЕУ, 2010. – 313 с. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.twirpx.com/file/695523/>
3. Решетілова Т.Б. Маркетингові дослідження: підручник : [Електронний ресурс] / Т.Б. Решетілова, С.М. Довгань ; М-во освіти і науки України, Нац. гірн. ун-т. – Електрон. текст. дані. – Дніпропетровськ : НГУ, 2015. – 357 с. – Режим доступу : <http://nmu.org.ua> (дата звернення 20.10.2015).
4. Ілляшенко С.М. Маркетингові дослідження: Навч. посіб. За ред. д-ра екон. наук, проф. С. М. Ілляшенка. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 192 с. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://km.fem.sumdu.edu.ua/p%D1%96druchniki-ta-navchaln%D1%96-pos%D1%96bniki/marketingov%D1%96-dosl%D1%96dzhennya-2>