

МАРКЕТИНГОВІ дослідження

Л. Д. Павловська
Д. В. Павловський

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЖИТОМИРСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА
ФРАНКА

Л. Д. Павловська
Д. В. Павловський

Маркетингові дослідження

Навчальний посібник

Житомир
Вид. О. О. Євенок
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.

Навчальне видання

ПАВЛОВСЬКА Людмила Денисівна, к.е.н., професор, заслужений
економіст України
ПАВЛОВСЬКИЙ Денис Валерійович, маркетинговий консультант

Маркетингові дослідження

Навчальний посібник

Формат 60x84/16. Ум. друк. арк. 19,99.
Зам. № 339, 2017 р.
Наклад 500 прим.

Видавець О. О. Євенок
м. Житомир, вул. М. Бердичівська, 17А
тел.: (0412) 422-106

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів
видавничої продукції України серія ДК №3544 від 05.08.2009 р.
Друк та палітурні роботи ФОП О. О. Євенок

м. Житомир, вул. М. Бердичівська, 17А
тел.: (0412) 422-106, e-mail: book_druk@i.ua