



9. **Результати навчання:** після вивчення дисципліни студент повинен бути здатним: проаналізувати схему галузевої структури економіки будь-якої країни та запропонувати управлінські рішення щодо необхідності здійснення структурних змін; обрати та обґрунтувати механізми функціонування та аналізування ринку; здійснити сегментування споживачів; провести анкетування споживачів та обробити результати анкетування; використати метод on-line опитування при проведенні дослідження ринку; сформулювати портрет покупця на ринку; проаналізувати фактори, що впливають на процес прийняття рішення споживачами про купівлю продукції; визначити рівень лояльності споживачів; запропонувати власний генератор ідей для різноманітних ринкових ситуацій.

10. **Форми організації занять:** навчальне заняття, самостійна робота, практична підготовка, контрольні заходи, лекції з використанням інформаційних технологій, практичні заняття;

11. • **Дисципліни, що передують вивченню зазначеної дисципліни:**

Мікроекономіка, Статистика, Економіка підприємства, Маркетинг, Товарознавство (в галузі), Основи наукових досліджень, Менеджмент, Планування та організація бізнес-діяльності.

• **Дисципліни, що вивчаються супутньо із зазначеною дисципліною (за необхідності):**

12. **Зміст курсу:** Сутність, зміст та структура економіки України в контексті дослідження галузей та ринку. Галузева структура економіки країн та їх регіональні особливості. Сутність, поняття та завдання дослідження галузі та ринку. Методи отримання інформації під час дослідження ринку. Визначення сукупності одиниць ринкового спостереження. Методика анкетування споживачів при здійсненні дослідження ринку. Підбір інтерв'юєрів з метою проведення моніторингу ринку. Аналіз даних ринкових досліджень та формування звіту про ринкові дослідження.

13. **Рекомендовані навчальні видання:** (зазначити до 5 джерел)

1. *Badania rynku: metody zastosowania [red] Z. Kędzior, PWE, Warszawa 2005. 232 S.*
2. *Mynarski S., Analiza rynku: makromechanizmy, Wydawnictwo AE Kraków 2000. 230 S.*
3. *Badania rynku – metody, zastosowania, pod red. Zofii Kędzior, PWE, Warszawa 2005. – 232 S.*
4. *Analiza rynku, Mruk H. [red.] PWE, Warszawa 2003. 278 S.*
5. *Лилик І. В., Кудирко О. В. Маркетингові дослідження: кейси та ситуаційні вправи : Практикум. – К. : КНЕУ, 2010. – 313 с.*

14. **Заплановані види навчальної діяльності та методи викладання:**

24 год. лекцій, 22 год. практичних робіт, 104 год. самостійної роботи. Разом – 150 год.

Методи: інтерактивні лекції, елементи проблемної лекції, індивідуальні завдання, індивідуальні та групові науково-дослідні завдання, використання мультимедійних засобів.

15. **Форми та критерії оцінювання:**

Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою.

Підсумковий контроль (100 балів): залік в кінці 6 семестру.

16. **Мова викладання:** *українська.*

Завідувач кафедри

Л.Ф. Кожушко, д.т.н., професор



Національний університет
застосованих наук

1. Code: *VS 1.3*

2. Title: *Research of industry and markets;*

3. Type: *selective;*

4. Higher education level: *I (Bachelor);*

5. Year of study, when the discipline is offered: *3;*

6. Semester when the discipline is studied: *6;*

7. Number of established ECTS credits: *5;*

8. Surname, initials of the lecturer / lecturers, scientific degree, position: *Moroz E. H., Ph. D. in economics (Candidate of Economic Sciences), senior lecturer at the Department of Management;*

9. Results of studies: *having studied the subject the student has to be able:*

- *to analyze the scheme of the economy' sectoral structure of the of any country and propose managerial decisions of the necessity of structural changes;*

- *to choose and justify of functioning and market analysis' mechanisms;*

- *to perform og the segmentation of consumers;*

- *to conduct of the questionnaire of consumers and process of the questionnaire' the results;*

- *to use the on-line questionnaire' method during market research;*

- *to form a portrait of the consumer on the market;*

- *analyze factors, which influence the decision-making process of consumers on the products' buing;*

- *to determine the level of consumer loyalty;*

- *to offer own ideas generator for different market situations.*

10. Forms of organizing classes: *lectures, individual work, practical training, control measures, lectures with the use of information technologies, practical studies;*

11. Disciplines preceding the study of the specified discipline: *Microeconomics, Statistics, Business Economics, Marketing, Commodity studies (in industry), Speciality Introduction, Fundamentals of scientific research, Management, Planning and Organizing Business Activity;*

12. Course contents: *The essence, content and structure of the Ukrainian economy in the context of the industries and the market' research. Branch structure of economies and their regional characteristics. Essence, contept and tasks of research of the industry and market. Methods of receiving information during market research. Determination of the aggregate of units of market observation. Methodology of consumers ' questioning in the market research. Selection of interviewers to conduct of the market' monitor. Analysis of market research data and generation og the market research report.*

13. Recommended educational editions:

1. Market research: methods of application [red] Z. Kedzior, PWE, Warsaw 2005. 232 S.

2. Mynarski S., Market analysis: macromechanisms, AE Publishing House Krakow 2000. 230 S.

3. Market research - methods, applications, edited by Zofia Kedzior, PWE, Warsaw 2005. 232 S.

4. Market analysis, Mruk H. [ed.] PWE, Warsaw 2003. 278 S.

5. Lylyk I.V., Kudirko O.V. Marketing research: case studies and situational exercises : Practice. – K. : KNEU, 2010. - 313 p.

14. Planned types of educational activities and teaching methods:

24 hours of lectures, 22 hours of practical work, 104 hours of individual work. Total - 150 hours.

Methods: interactive lectures, elements of problem-solving lecture, individual tasks, individual and group scientific and research tasks, using multimedia means.

15. Forms and assessment criteria

The evaluation is carried out by a 100-point scale.

Final control (100 points): test at the end of the 6th semester

16. Language of teaching: *Ukrainian.*

Head of management department

L.Kozhushko, Doctor of Technical sciences, professor