

**УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ НАУКИ І ТЕХНОЛОГІЙ**  
**Навчально-науковий інститут**  
**«ПРИДНІПРОВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ**  
**БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ»**

Кафедра девелопменту нерухомості, фінансів, обліку та маркетингу  
(назва кафедри)

  
« 05 » 12 2024 р.

**ЗАТВЕРДЖУЮ**  
Директор ІНІ ПАДАБ  
Владислав ДАНИШЕВСЬКИЙ



**РОБОЧА ПРОГРАМА**  
**НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

«Ринкові дослідження та стратегічний аналіз»  
назва навчальної дисципліни

Рівень вищої освіти	<u>магістр</u> назва рівня вищої освіти
Спеціальність	<u>075 «Маркетинг», 192 «Будівництво та цивільна інженерія»</u> шифр і назва спеціальності
Освітньо-наукова програма	<u>«Девелопмент нерухомості»</u> назва освітньої програми
Статус дисципліни	<u>Обов'язкова</u> обов'язкова чи вибіркова
Обсяг дисципліни	<u>6 кредитів ЄКТС</u>
Код освітньої компоненти	<u>ОК 2.2.</u> відповідно до освітньої програми
Мова викладання	українська

Розробник(и): доцент кафедри  
девелопменту нерухомості, фінансів,  
обліку та маркетингу  
 посада

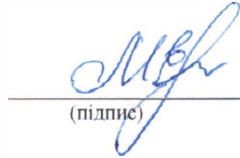


Вікторія ОНИЩЕНКО  
 ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри девелопменту нерухомості, фінансів,  
 (назва кафедри)  
обліку та маркетингу ННІ ПДАБА

Протокол від 30.08.2024 року №1

Завідувач кафедри

  
 (підпис)

Світлана МОРОЗОВА  
 (ім'я, прізвище)

30.08.2024 року

Робоча програма погоджена групою забезпечення якості освітньо-наукової програми  
«Девелопмент нерухомості»

підготовки за другим (магістерським) рівнем вищої освіти зі  
спеціальності 075 «Маркетинг», 192 «Будівництво та цивільна інженерія»

Протокол від 17.11.2024 року №1

Гарант освітньої програми:



Світлана МОРОЗОВА  
 ім'я, ПРІЗВИЩЕ

**Експертизу навчально-методичного відділу пройдено:**



Віолетта ФЕДІНА  
 ім'я, ПРІЗВИЩЕ

«04» грудня 2024р.

Реєстраційний номер \_\_\_\_\_  
 надається фахівцем НМВ

## 1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

	Години	Кредити	Семестр
			I
Всього годин за навчальним планом, з них:	180	6	180
<b>Аудиторні заняття, у т. ч:</b>	56		56
лекції	24		24
лабораторні роботи			
практичні заняття	32		32
<b>Самостійна робота, у т. ч:</b>	124		124
підготовка до аудиторних занять	34		34
підготовка до контрольних заходів	10		10
виконання курсового проєкту або роботи	15		15
виконання індивідуальних завдань			
опрацювання розділів програми, які не викладаються на лекціях	35		35
підготовка до екзамену	30		30
<b>Форма підсумкового контролю</b>			екзамен

## 2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**Мета вивчення дисципліни** – забезпечення майбутніх фахівців теорією і методологією виконання досліджень ринку; стратегічного дослідження економічних явищ, процесів та результатів, які становлять зміст діяльності підприємства; використання результатів досліджень для розробки та ухвалення ефективних стратегічних рішень в умовах невизначеності ринку.

### **Завдання вивчення дисципліни:**

- формування уявлень про комплекс спеціальних методів та технологій, що використовуються при виконанні досліджень ринку;
- розкриття можливостей використання досліджень ринку в господарській діяльності підприємства для підвищення його конкурентоспроможності;
- засвоєння теоретичних основ і стратегічного аналізу діяльності підприємства;
- вивчення основних підходів, традиційних і специфічних методів і прийомів стратегічного аналізу та набуття практичних навичок їх використання для розробки та обґрунтування стратегічних рішень;
- засвоєння особливостей та технології прийняття управлінських рішень, вибору і реалізації стратегій на основі стратегічного аналізу

**Пререквізити дисципліни.** Вивчення дисципліни базується на знаннях, вміннях і навичках, які здобувачі отримали при вивченні аналітичних та маркетингових дисциплін бакалаврського рівня: «Економічний аналіз», «Бізнес-аналіз», «Аналіз конкурентоспроможності», «Управління інноваційною діяльністю», «Маркетинг», «Проектування комплексу маркетингу», «Аналіз маркетингового середовища», «Маркетингові дослідження».

**Постреквізити дисципліни.** Одержані знання та навички можуть знадобитися при вивченні дисциплін «Управління ефективністю бізнесу», «Поведінковий маркетинг», «Фінансування девелоперських проєктів», тренінгу «Розробка девелоперського проєкту», підготовці кваліфікаційної роботи та в подальшій професійній діяльності для правильного розуміння впровадження стратегій та компаній.

**Компетентності** (відповідно до освітньо-наукової програми «Девелопмент нерухомості» 075/192.2.04.24):

### **Інтегральна компетентність.**

Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі дослідницького та/або інноваційного характеру і практичні завдання у професійній діяльності в сфері девелопменту

нерухомості, з поглибленим вивчення проблем, пов'язаних із організацією і управлінням проєктуванням, будівництвом, фінансуванням та експлуатацією об'єктів нерухомості, які ґрунтуються на концепції маркетингу, що передбачає проведення досліджень та впровадження новачій і характеризується невизначеністю умов і вимог.

**Загальні компетентності:**

ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

ЗК9. Здатність проводити дослідження на відповідному рівні.

**Спеціальні компетентності:**

ФК2. Здатність до проведення самостійних досліджень, інтерпретації їх результатів у сфері будівництва та маркетингу, а також презентування та оприлюднення отриманих результатів, як державною, так і іноземною мовами.

ФК3. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.

ФК9. Здатність інтегрувати знання з інших галузей для розв'язання складних задач у мультидисциплінарному контексті.

ФК10. Здатність аргументувати вибір методів розв'язування спеціалізованих задач, критично оцінювати отримані результати і захищати прийняті рішення.

ФК12. Здатність досліджувати економічні та маркетингові проблеми в галузі девелопменту, у тому числі при відбудові та ліквідації наслідків бойових дій.

ФК16. Здатність використовувати ефективні стратегії просування нерухомості в онлайн-середовищі, використовуючи сучасні цифрові інструменти та аналітику.

ФК17. Здатність презентувати та оприлюднювати результати наукових досліджень у сфері маркетингу.

ФК18. Здатність застосовувати інструменти штучного інтелекту для аналізу даних, прогнозування ринкових тенденцій, оптимізації проєктних рішень та процесів управління девелоперськими проєктами в будівництві.

**Заплановані результати навчання** (відповідно до освітньо-наукової програми «Девелопмент нерухомості» 075/192.2.04.24).

ПРН2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці девелопменту і маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач суб'єкта господарювання.

ПРН3. Вміти планувати і здійснювати власні дослідження у сфері будівництва та маркетингу, аналізувати їх результати і обґрунтовувати ефективні рішення в умовах невизначеності, презентувати результати наукових досліджень, проєктів державною та іноземною мовами.

ПРН6. Вміти використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

ПРН10. Вміти збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

ПРН13. Володіти методами реалізації девелоперського проєкту в частині з фінансового забезпечення, оцінки умов ринку нерухомості, маркетингу та менеджменту управління об'єктом нерухомості у тому числі при відбудові та ліквідації наслідків бойових дій.

ПРН17. Вміти розробляти та впроваджувати ефективні цифрові маркетингові стратегії для просування нерухомості, управляти рекламними кампаніями в інтернеті, аналізувати дані для оптимізації маркетингових активностей, використовувати цифрові інструменти, а також створювати контент для різних онлайн-платформ з метою залучення та утримання клієнтів.

ПРН18. Вміти виокремлювати науково-практичні задачі дослідження та вирішувати їх із використанням положень теорій та методології маркетингу, а також загальнонаукових та спеціальних методів дослідження.

ПРН19. Вміти оприлюднити результати власних наукових досліджень у фаховому середовищі та презентувати їх із застосуванням сучасних технічних засобів.

ПРН 24. Вміти використовувати технології штучного інтелекту для аналізу інформації, передбачення ринкових змін, покращення проєктних рішень щодо управління девелоперськими проєктами в будівництві.

У результаті вивчення дисципліни студенти повинні

**знати:**

- основи ринкових досліджень: методи збору, аналізу та інтерпретації даних, які допомагають оцінити стан ринку нерухомості;
- теорії та моделі стратегічного аналізу: основні концепції, зокрема SWOT-аналіз, PEST-аналіз, п'ять сил Портера, що дозволяють аналізувати ринкове середовище та внутрішні можливості компанії;
- кон'юнктуру ринку нерухомості: основні тенденції, попит і пропозицію, ціноутворення та фактори, що впливають на розвиток ринку нерухомості;
- методологію розробки стратегій: ключові етапи формування стратегії для підприємств девелопменту нерухомості, зокрема довгострокові, середньострокові та короткострокові плани;

**вміти:**

- проводити ринкові дослідження: використовувати різні методи збору даних (опитування, інтерв'ю, аналіз статистичних даних) для оцінки ринкових можливостей та конкурентного середовища.
- здійснювати стратегічний аналіз: використовувати інструменти аналізу, такі як SWOT, PEST та інші для оцінки стану ринку та розробки рекомендацій щодо розвитку бізнесу.
- розробляти стратегії для девелоперських проєктів: формулювати бізнес-стратегії для компаній, з урахуванням ринкових тенденцій, попиту та пропозиції, а також конкурентного середовища.
- оцінювати ринкові ризики: ідентифікувати потенційні ризики для проєктів у сфері нерухомості та розробляти заходи для їх мінімізації.
- інтерпретувати аналітичні дані: аналізувати результати ринкових досліджень та перетворювати їх у практичні рекомендації для впровадження на підприємствах девелопменту нерухомості.

**Методи навчання:**

- словесні: лекція, дискусія, бесіда, розповідь, обговорення проблемних питань;
- наочні: мультимедійна презентація;
- практичні: практичні заняття (розв'язання задач і кейсів, дискусії, ділові експрес-ігри, тестування опрацьованого матеріалу, експрес-опитування).

**Форми навчання:** фронтальні, групові.

**Інструменти, обладнання та програмне забезпечення:**

- мультимедійне обладнання: ноутбук, проектор, екран для проектору.
- програмне забезпечення: MS Office, MS Office 365, Teams.

### 3. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ

**Тема 1. Ринки та їх учасники, макро- та мікросередовище у дослідженнях ринку, методи збору інформації.**

Визначення ринку та його види ринків. Структура ринку. Конкурентні моделі на ринку. Основні учасники ринку: споживачі, постачальники, конкуренти, посередники, державні органи. Макросередовище: економічне, політико-правове середовище, соціально-культурні

фактори, технологічне, екологічне середовище. Мікросередовище. Фактори внутрішнього середовища компанії: ресурси, структура, внутрішня культура. Взаємодія компанії з учасниками ринку. Позиціонування компанії на ринку. Методи збору ринкової інформації. Первинні та вторинні методи дослідження. Кількісні методи. Якісні методи. Онлайн-методи дослідження. Огляд реальних кейсів використання методів дослідження ринку. Приклади успішної адаптації до макро- та мікросередовища компаніями з різних галузей.

## **Тема 2. Дослідження кон'юнктури ринку**

Визначення кон'юнктури ринку. Види кон'юнктури. Виявлення рівня попиту та пропозиції. Оцінка рівня конкуренції на ринку. Аналіз цінових тенденцій. Фактори, що впливають на кон'юнктуру ринку. Методи дослідження кон'юнктури ринку. Моніторинг цін, тенденції ціноутворення. Опитування учасників ринку. Взаємозв'язок між попитом, пропозицією та цінами. Оцінка рівня поточного попиту на ринку. Структура попиту. Пропозиція товарів та послуг: рівень насиченості ринку. Сегментація ринку та її вплив на кон'юнктуру. Оцінка різних сегментів ринку. Практичні аспекти дослідження кон'юнктури. Використання програмних засобів та інструментів для дослідження ринку. Огляд успішних кейсів компаній, що адаптувалися до зміни кон'юнктури ринку. Використання даних про кон'юнктуру для розробки маркетингових стратегій.

## **Тема 3. Дослідження динаміки і стійкості ринку, аналіз ринкових тенденцій**

Динаміка ринку: основні характеристики та поняття. Чинники впливу. Зростання, стагнація, спад. Циклічність ринку. Методи оцінки темпів зростання та зменшення ринку. Індикатори розвитку ринку. Динамічні показники. Рівень інвестицій у розвиток ринку та їхній вплив на динаміку. Вплив нових гравців на розвиток ринку. Стійкість ринку та її чинники. Оцінка ризиків: вплив криз, нестабільності попиту та змін у законодавстві. Фактори впливу на стійкість ринку. Методи аналізу ринкових трендів. Ключові фактори, що формують тренди. Економетричні моделі аналізу динаміки ринку. Глобальні та локальні тенденції на ринку нерухомості. Вплив макроекономічних та соціальних змін на девелопмент нерухомості. Визначення стратегій адаптації до мінливих ринкових умов. Використання трендів та прогнозів для мінімізації ризиків та прийняття обґрунтованих управлінських рішень

## **Тема 4. Дослідження конкурентного середовища і конкурентів**

Визначення конкурентного середовища і його складові. Чинники впливу на рівень конкуренції. Основні типи конкурентів. Методи аналізу конкурентів. SWOT-аналіз конкурентів. Порівняльний аналіз сильних і слабких сторін конкурентів. Аналіз ринкової частки, цінової стратегії та маркетингових активностей. Продукція, як показник конкурентоспроможності підприємства. Оцінка конкурентних стратегій. Вивчення продуктового портфеля і позиціонування конкурентів. Інструменти аналізу конкурентного середовища: конкурентний статус фірми (І.Ансофф), п'ять сил Портера, бенчмаркінг. Стратегії реагування на дії конкурентів.

## **Тема 5. Цифрові ринкові дослідження. Інновації та тренди на ринку нерухомості**

Важливість впровадження інноваційних технологій для конкурентоздатності на ринку. Цифрові інструменти ринкових досліджень. Основні переваги цифрових інструментів порівняно з традиційними методами. Використання великих даних (Big Data) для аналізу ринків нерухомості. Платформи для збору даних: Google Analytics, SimilarWeb, SEMrush та інші. Соціальні мережі та їх роль у цифрових дослідженнях ринку. Веб-аналітика та її застосування у девелопменті нерухомості. Використання штучного інтелекту та машинного навчання для аналізу ринку. Вплив цифрових технологій на будівництво та проектування. Зелені технології та їх інтеграція в девелоперські проекти. Обмеження цифрових методів: конфіденційність даних, правові питання. Адаптація до швидкозмінюваних ринкових умов та впровадження інновацій. Ризики, пов'язані з впровадженням новітніх технологій у

девелопменті нерухомості. Реальні приклади використання цифрових технологій у ринкових дослідженнях.

### **Тема 6. Специфіка досліджень будівельного ринку. Оцінка умов ринку нерухомості при відбудові та ліквідації наслідків бойових дій в Україні**

Структура будівельного ринку. Фактори впливу: економічні показники, державне регулювання і законодавчі зміни, соціальні та демографічні фактори. Методи збору даних на будівельному ринку. Аналіз ринкової пропозиції і попиту на нерухомість. Моніторинг цін на будівельні матеріали та роботи. Конкуренція на будівельному ринку. Оцінка ринкових часток і конкурентних переваг компаній. Аналіз інвестиційної активності. Прогнозування розвитку будівельного ринку. Стан ринку нерухомості після бойових дій: як війна вплинула на попит і пропозицію нерухомості в різних регіонах України. Ціноутворення та оцінка вартості нерухомості. Стратегії просування об'єктів нерухомості у контексті відбудови. Зміни у споживчих перевагах та їх вплив на маркетингові стратегії. Сегментація ринку. Брендинг та репутація. Операційний менеджмент нерухомості в умовах відбудови та післявоєнного відновлення. Аналіз ринкових можливостей для розвитку нових проєктів в рамках відбудови зруйнованої нерухомості. Використання нових тенденцій (зелені технології, енергоефективність, безпека) для створення конкурентних переваг. Інтеграція нових ринкових умов у процес стратегічного управління.

### **Тема 7. Стратегії та управління стратегічною позицією компанії**

Поняття стратегії та її роль у галузі. Стратегічний менеджмент і його значення для розвитку галузі. Рівні стратегій. Аналіз галузі для стратегічного планування. Аналіз стратегічної позиції. Типи стратегій у галузі: конкурентні стратегії, корпоративні стратегії, бізнес-стратегії. Вибір стратегічної позиції: диференціація, зниження витрат, фокусування. Впровадження стратегії. Використання сценарного аналізу для розробки стратегій в умовах змін. Стратегічна гнучкість: адаптація до ринкових коливань і зовнішніх змін. Оцінка результатів реалізації стратегії та її коригування.

### **Тема 8. Стратегічний аналіз та прогнозування ринкових можливостей**

Формулювання прогнозів ринкових можливостей. Методології прогнозування: якісні та кількісні методи. Використання статистичних даних для прогнозування тенденцій. Роль експертних оцінок у процесі прогнозування. Інструменти та технології для прогнозування. Використання програмного забезпечення та аналітичних платформ. Роль великих даних (Big Data) та аналітики в прогнозуванні ринкових можливостей. Приклади стратегічного аналізу та прогнозування в різних галузях. Взаємозв'язок між прогнозуванням та прийняттям стратегічних рішень. Оцінка точності прогнозів: методи оцінки та коригування прогнозів на основі зворотного зв'язку та нових даних. Успішні стратегії компаній на основі аналізу та прогнозів.

### **Тема 9. Стратегічний аналіз внутрішнього і зовнішнього середовища компанії**

Визначення внутрішнього та зовнішнього середовища компанії. Аналіз зовнішнього середовища. PEST-аналіз. SWOT-аналіз. П'ять сил Портера. Аналіз внутрішнього середовища. Визначення сильних і слабких сторін компанії. Методи аналізу внутрішнього середовища: SWOT-аналіз, аналіз цінності, управлінський аналіз. Взаємозв'язок між внутрішнім і зовнішнім середовищем. Стратегії адаптації до змін зовнішнього середовища на основі внутрішніх можливостей. Кейси компаній, які успішно впровадили результати стратегічного аналізу у своїй діяльності. Аналіз помилок і невдач в стратегічному плануванні через недостатній аналіз середовища.

#### **Тема 10. Оцінка результативності бізнесу в системі стратегічного аналізу, збалансована система показників та інші моделі**

Поняття результативності бізнесу. Визначення ключових показників результативності (KPI). Методи оцінки результативності бізнесу. Традиційні фінансові показники. Нефінансові показники. Збалансована система показників (BSC). Інші моделі оцінки результативності: EFQM, трикутної цінності, МВО. Переваги та недоліки збалансованої системи показників у порівнянні з іншими моделями. Вибір моделі оцінки в залежності від специфіки бізнесу та ринку. Використання результатів оцінки для коригування стратегій і покращення ефективності бізнесу. Кейси успішного використання моделей оцінки в реальному бізнесі.

#### **Тема 11. Фінансові стратегії та фінансовий аналіз у девелопменті нерухомості**

Визначення фінансової стратегії та роль в загальному стратегічному плануванні компанії. Фінансові стратегії на ринку нерухомості та їх значення для успішної реалізації проєктів. Аналіз фінансових показників для оцінки ефективності фінансової стратегії. Основні джерела фінансування компанії. Аналіз фінансових ризиків. Аналіз конкурентних фінансових стратегій. Моніторинг і коригування фінансової стратегії. Кейси компаній, які успішно реалізували свої фінансові стратегії. Аналіз невдач у фінансовій стратегії та їх наслідки.

#### **Тема 12. Портфельні інвестиції в стратегічному аналізі**

Важливість стратегічного аналізу для інвестиційних рішень. Визначення портфельних інвестицій та їх основні характеристики. Як портфельні інвестиції сприяють досягненню стратегічних цілей компанії? Аналіз ризиків у портфельних інвестиціях. Методи формування портфеля інвестицій. Моделі стратегічного аналізу для оцінки портфельних інвестицій. SWOT-аналіз, Бостонська матриця BCG, модель Марковіца, капітальна модель оцінки активів CAPM, модель багатофакторного аналізу APT, метод DCF. Аналіз ефективності портфеля інвестицій. Диверсифікація портфеля. Аналіз кейсів успішних портфельних інвестицій у нерухомість. Приклади компаній, які досягли успіху через ефективне управління портфельними інвестиціями. Уроки з невдалих інвестицій та їхній вплив на ринкові стратегії.

### **4. СТРУКТУРА (ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН) ДИСЦИПЛІНИ**

Назва змістових модулів і тем	Кількість годин, у тому числі				
	усього	л	п	лаб	с/р
<b>Змістовий модуль 1. Ринкові дослідження</b>					
Тема 1. Ринки та їх учасники, макро- та мікросередовище у дослідженнях ринку, методи збору інформації	10	2	2		6
Тема 2. Дослідження кон'юнктури ринку	10	2	2		6
Тема 3. Дослідження динаміки і стійкості ринку, аналіз ринкових тенденцій	10	2	2		6
Тема 4. Дослідження конкурентного середовища і конкурентів	11	2	2		7
Тема 5. Цифрові ринкові дослідження. Інновації та тренди на ринку нерухомості	13	2	4		7
Тема 6. Специфіка досліджень будівельного ринку. Оцінка умов ринку нерухомості при відбудові та ліквідації наслідків бойових дій в Україні	13	2	4		7
<b>Разом за змістовим модулем 1</b>	<b>67</b>	<b>12</b>	<b>16</b>		<b>39</b>



Назва змістових модулів і тем	Кількість годин, у тому числі				
	усього	л	п	лаб	с/р
<b>Змістовий модуль 2. Стратегічний аналіз в галузі</b>					
Тема 7. Стратегії та управління стратегічною позицією компанії	11	2	2		7
Тема 8. Стратегічний аналіз та прогнозування ринкових можливостей	11	2	2		7
Тема 9. Стратегічний аналіз внутрішнього і зовнішнього середовища компанії	13	2	4		7
Тема 10. Оцінка результативності бізнесу в системі стратегічного аналізу, збалансована система показників та інші моделі	11	2	2		7
Тема 11. Фінансові стратегії та фінансовий аналіз у девелопменті нерухомості	12	2	4		6
Тема 12. Портфельні інвестиції в стратегічному аналізі	10	2	2		6
<b>Разом за змістовим модулем 2</b>	<b>68</b>	<b>12</b>	<b>16</b>		<b>40</b>
<b>Змістовий модуль 3. Курсова робота</b>					
Збір якісної, релевантної і достатньої інформації про ринок, що досліджується	5				5
Проведення аналізу ринку	5				5
Обробка результатів досліджень та внесення пропозицій, формулювання стратегій та їх обґрунтування	5				5
<b>Разом за змістовим модулем 3</b>	<b>15</b>				<b>15</b>
<b>Підготовка до екзамену</b>	<b>30</b>				<b>30</b>
<b>Усього годин</b>	<b>180</b>	<b>24</b>	<b>32</b>		<b>124</b>

## 5. ЛЕКЦІЙНИЙ КУРС

№ зан.	Тема занять	Кількість годин
<b>Змістовий модуль 1. Ринкові дослідження</b>		
1	Тема 1. Ринки та їх учасники, макро- та мікросередовище у дослідженнях ринку, методи збору інформації	2
2	Тема 2. Дослідження кон'юнктури ринку	2
3	Тема 3. Дослідження динаміки і стійкості ринку, аналіз ринкових тенденцій	2
4	Тема 4. Дослідження конкурентного середовища і конкурентів	2
5	Тема 5. Цифрові ринкові дослідження. Інновації та тренди на ринку нерухомості	2
6	Тема 6. Специфіка досліджень будівельного ринку. Оцінка умов ринку нерухомості при відбудові та ліквідації наслідків бойових дій в Україні	2
<b>Разом за змістовим модулем 1</b>		<b>12</b>
<b>Змістовий модуль 2. Стратегічний аналіз в галузі</b>		
7	Тема 7. Стратегії та управління стратегічною позицією компанії	2
8	Тема 8. Стратегічний аналіз та прогнозування ринкових можливостей	2

9	Тема 9. Стратегічний аналіз внутрішнього і зовнішнього середовища компанії	2
10	Тема 10. Оцінка результативності бізнесу в системі стратегічного аналізу, збалансована система показників та інші моделі	2
11	Тема 11. Фінансові стратегії та фінансовий аналіз у девелопменті нерухомості	2
12	Тема 12. Портфельні інвестиції в стратегічному аналізі	2
<b>Разом за змістовим модулем 2</b>		<b>12</b>
<b>Разом</b>		<b>24</b>

## 6. ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№ зан.	Тема занять	Кількість годин
<b>Змістовий модуль 1. Ринкові дослідження</b>		
1	Тема 1. Ринки та їх учасники, макро- та мікросередовище у дослідженнях ринку, методи збору інформації	2
2	Тема 2. Дослідження кон'юнктури ринку	2
3	Тема 3. Дослідження динаміки і стійкості ринку, аналіз ринкових тенденцій	2
4	Тема 4. Дослідження конкурентного середовища і конкурентів	2
5,6	Тема 5. Цифрові ринкові дослідження. Інновації та тренди на ринку нерухомості	4
7,8	Тема 6. Специфіка досліджень будівельного ринку. Оцінка умов ринку нерухомості при відбудові та ліквідації наслідків бойових дій в Україні	4
<b>Разом за змістовим модулем 1</b>		<b>16</b>
<b>Змістовий модуль 2. Стратегічний аналіз в галузі</b>		
9	Тема 7. Стратегії та управління стратегічною позицією компанії	2
10	Тема 8. Стратегічний аналіз та прогнозування ринкових можливостей	2
11,12	Тема 9. Стратегічний аналіз внутрішнього і зовнішнього середовища компанії	4
13	Тема 10. Оцінка результативності бізнесу в системі стратегічного аналізу, збалансована система показників та інші моделі	2
14,15	Тема 11. Фінансові стратегії та фінансовий аналіз у девелопменті нерухомості	4
16	Тема 12. Портфельні інвестиції в стратегічному аналізі	2
<b>Разом за змістовим модулем 2</b>		<b>16</b>
<b>Разом</b>		<b>30</b>

## 7. ТЕМИ ЛАБОРАТОРНИХ ЗАНЯТЬ

Лабораторні заняття не передбачені навчальним планом

## 8. САМОСТІЙНА РОБОТА

№ з/п	Вид роботи / Назва теми	Кількість годин
1	Підготовка до аудиторних занять	34
2	Підготовка до контрольних заходів	10
3	Виконання індивідуальних завдань	-
4	Опрацювання розділів програми, які не викладаються на лекціях: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Стратегічний аналіз бізнес-процесів</li> <li>2. Стратегічний потенціал компанії та формування її конкурентних переваг</li> <li>3. Бенчмаркінг, як інструмент визначення конкурентних переваг</li> <li>4. Дослідження особливостей поведінки суб'єктів ринку</li> <li>5. Стратегічний аналіз галузевих рушійних сил та ключових факторів успіху</li> <li>6. Особливості стратегічної діагностики та оцінки підприємств середнього і малого бізнесу</li> <li>7. Стратегічний моніторинг та оцінка привабливості галузевого ринку</li> </ol>	35 5 5 5 5 5 5
5	Виконання курсового проекту або роботи: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Збір якісної, релевантної і достатньої інформації про ринок, що досліджується</li> <li>– Проведення аналізу ринку</li> <li>– Обробка результатів досліджень та внесення пропозицій, формулювання стратегій та їх обґрунтування</li> </ul>	15 5 5 5
6	Підготовка до екзамену	30
	<b>Разом</b>	<b>124</b>

## 9. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Усний, письмовий, тестовий, практична перевірка завдань.

## 10. ПОРЯДОК ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

### Змістовий модуль 1. Ринкові дослідження

Максимальна оцінка – 100 балів. Оцінка поточного контролю складається із:

- присутності здобувача на лекціях – максимальна кількість – 12 балів;
- контролю самостійної роботи на практичних заняттях – максимальна кількість – 32 балів;
- контрольної роботи №1 – максимальна кількість – 56 балів.

Присутність здобувача на лекціях – 2 бали за лекцію, якщо здобувач не був присутнім – 0 балів.

Контроль роботи на практичних заняттях:

- здобувач самостійно виконав завдання в повному обсязі і в змозі пояснити проведені розрахунки – 4 бали на кожному практичному занятті;
- здобувач виконав завдання в повному обсязі, але не в змозі пояснити проведені розрахунки, він отримує 3 бали;
- здобувач виконав не всі завдання, але в змозі пояснити проведені розрахунки – 2 бали;
- здобувач виконав не всі завдання і не в змозі пояснити проведені розрахунки – 1 бал;
- здобувач взагалі не виконав завдання – 0 балів.

## Шкала оцінювання контрольної роботи №1

Вид завдань	Форма контролю	Оцінка в балах
Тестові завдання (28 тестів)	Перевірка правильності відповіді	За правильну відповідь на 1 тестове питання - 2 бали. За неправильну відповідь - 0 балів. (Максимальна оцінка = 56)

**Змістовий модуль 2. Стратегічний аналіз в галузі**

Максимальна оцінка – 100 балів. Оцінка поточного контролю складається із:

- присутності здобувача на лекціях – максимальна кількість – 12 балів;
- контролю самостійної роботи на практичних заняттях – максимальна кількість – 32 бали;
- контрольної роботи №2 – максимальна кількість – 56 балів.

Присутність здобувача на лекціях – 2 бали за лекцію, якщо здобувач не був присутнім – 0 балів.

Контроль роботи на практичних заняттях:

- здобувач самостійно виконав завдання в повному обсязі і в змозі пояснити проведені розрахунки – 4 бали на кожному практичному занятті;
- здобувач виконав завдання в повному обсязі, але не в змозі пояснити проведені розрахунки, він отримує 3 бали;
- здобувач виконав не всі завдання, але в змозі пояснити проведені розрахунки – 2 бали;
- здобувач виконав не всі завдання і не в змозі пояснити проведені розрахунки – 1 бал;
- здобувач взагалі не виконав завдання – 0 балів.

## Шкала оцінювання контрольної роботи №2

Вид завдань	Форма контролю	Оцінка в балах
Тестові завдання (28 тестів)	Перевірка правильності відповіді	За правильну відповідь на 1 тестове питання - 2 бали. За неправильну відповідь - 0 балів. (Максимальна оцінка = 56)

**Змістовий модуль 3. Курсова робота****Критерії оцінювання курсової роботи**

Загальна оцінка роботи (100 балів) складається із:

- оцінки за виконання роботи (максимальна кількість - 60 балів);
- оцінка захисту роботи (максимальна оцінка - 40 балів).

Оцінка за виконання роботи:

а) 58-60 балів ставиться, якщо студент:

- показав глибокі теоретичні знання з дисципліни;
- оволодів первинними навиками дослідної роботи: збирати дані, аналізувати, творчо осмислювати, формулювати висновки;
- безпомилково виконав практичні завдання і повністю виклав хід їх рішення;
- дає свої пропозиції і рекомендації з предмету дослідження;
- виконав роботу грамотно літературною українською мовою;
- оформив роботу у відповідності до вимог і подав її до захисту у визначений кафедрою термін.

б) 48-57 балів ставиться, якщо студент:

- показав досить високі теоретичні знання з дисципліни;
- оволодів первинними навиками дослідної роботи: збирати дані, аналізувати,

осмислювати їх, формулювати висновки, але не завжди критично ставиться до використаних джерел та літератури;

- виконав практичні завдання з несуттєвими помилками (до 2 шт.) або неповністю виклав хід рішення;
- дає свої пропозиції і рекомендації з предмету дослідження, однак відчуває труднощі щодо їх обґрунтування;
- виконав роботу грамотно літературною українською мовою, але допустив нечисленні граматичні та стилістичні помилки;
- оформив роботу у відповідності до вимог і подав її до захисту у визначений кафедрою термін.

в) 38-47 балів ставиться, якщо студент:

- повністю виклав теоретичний матеріал, є в наявності доречні інформаційні матеріали (таблиці, графіки, схеми) при висвітленні основного змісту роботи;
- в основному оволодів первинними навиками дослідної роботи: збирати дані, аналізувати, осмислювати їх, формулювати висновки, однак мають місце окремі фактичні помилки і неточності;
- виконав практичні завдання з несуттєвими помилками (до 4 шт.) і (або) неповністю виклав хід рішення;
- дає свої пропозиції і рекомендації з предмету дослідження без обґрунтування;
- оформив роботу у відповідності до вимог, але були затримки у календарному графіку виконання роботи.

г) 28-37 балів ставиться в тому разі, якщо студент:

- показав достатні теоретичні знання з дисципліни;
- в основному оволодів первинними навиками дослідної роботи: збирати дані, аналізувати, осмислювати їх, формулювати висновки, однак допускає в роботі порушення принципів логічного і послідовного викладу матеріалу, мають місце окремі фактичні помилки і неточності;
- виконав практичні завдання з помилками або неповністю виклав хід їх рішення;
- не може сформулювати достатньо пропозицій і рекомендації з теми дослідження;
- допускає помилки в оформленні роботи або не дотримується календарного графіку виконання роботи;
- допускає граматичні та стилістичні помилки.

д) 18-27 балів ставиться в тому разі,

- показав задовільні теоретичні знання з дисципліни;
- слабо володіє первинними навиками дослідної роботи, допускає в роботі порушення принципів логічного і послідовного викладу матеріалу;
- виконав практичні завдання з грубими помилками або неповністю виклав хід їх рішення;
- не може сформулювати пропозиції і рекомендації з теми дослідження та обґрунтувати їх;
- допускає помилки в оформленні роботи та не дотримується календарного графіку виконання роботи;
- допускає численні граматичні та стилістичні помилки.

е) 8-17 балів ставиться в тому разі, якщо студент:

- показав недостатні теоретичні знання з дисципліни;
- не володіє первинними навиками дослідної роботи, допускає в роботі порушення принципів логічного і послідовного викладу матеріалу, мають місце окремі фактичні помилки і неточності;

- виконав практичні завдання з грубими помилками і неповністю виклав хід їх рішення;
  - не може сформулювати пропозиції і рекомендації з теми дослідження, або обґрунтувати їх;
  - допускає помилки в оформленні роботи та її науково-довідкового апарату;
  - допускає численні граматичні та стилістичні помилки.
- ж) 0-7 балів ставиться в тому разі, якщо студент:
- не володіє взагалі навиками дослідної роботи;
  - не виконав практичні завдання або виконав їх повністю неправильно;
  - неспроможний сформулювати будь-які пропозиції чи рекомендації;
  - грубо порушує правила оформлення роботи;
  - текст має значну кількість критичних граматичних, логічних та стилістичних помилок;
  - робота має ознаки плагіату або компіляції без самостійного опрацювання матеріалу.

Максимальна кількість балів за *захист* курсової роботи - 40 балів. Захист курсової роботи відбувається в усній формі. Максимальна кількість балів за кожне запитання при захисті - 8 балів (п'ять запитань). На кожне запитання членів комісії із зазначеної максимальної кількості балів нараховують:

8 балів - студент впевнено володіє вивченим матеріалом, правильно розкрив суть запитання членів комісії;

5-7 бали - студент правильно розкрив суть запитання членів комісії, але його пояснення не були переконливими та вичерпними;

1-4 бали - відповіді не повністю розкривають суть запитання, студент припускається грубих помилок;

0 - балів - повна відсутність відповіді на запитання.

### Критерії оцінювання екзамену

Екзамен проводиться у формі тестування. Максимальна оцінка 100 балів.

#### Шкала оцінювання екзаменаційної роботи

Вид завдань	Форма контролю	Оцінка в балах
Тестові завдання (50 тестів)	Перевірка правильності відповіді	За правильну відповідь на 1 тестове питання - 2 бали. За неправильну відповідь - 0 балів. (Максимальна оцінка = 100)

**Підсумкова оцінка** з дисципліни визначається як середньоарифметична за змістовий модуль 1, змістовий модуль 2 та екзамен.

## 11. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### Основна

1. Барабанова В.В. Маркетингові дослідження: навч. посіб. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2020. 136 с.
2. Данченко О.Б., Дзюба Т.В. Маркетингові дослідження у проєктах: навчальний посібник. Київ: ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», 2021. 224 с.
3. Дослідження ринку : конспект лекцій / укладачі: Г. А. Мішеніна, Ю. Т. Матвєєва. – Суми : Сумський державний університет, 2020. 185 с.

4. Ковальчук Т.М. Стратегічний аналіз : навч. посіб. / Т. М. Ковальчук; Чернів. нац. ун-т ім. Юрія Федьковича. Чернівці : Рута, 2018. 423 с.
5. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник / І.А. Дмитрієв, І.М. Кирчата, О.М. Шершенюк. Х.: ФОП Бровін О.В., 2020. 340 с.
6. Конкурентоспроможність бізнесу (підприємства) : навч. посіб. у питаннях і відповідях / Шевченко Людмила Степанівна. – Харків : Право, 2022. – 312 с.
7. Маркетингові дослідження: навч. посіб. / Безугла Л.С., Ільченко Т.В., Юрченко Н.І. та ін. Дніпро: Видавець Біла К.О., 2019. 300 с.
8. Маркетингові дослідження: навч. посібник / Квятко Т.М., Мандич О.В., Сєвідова І.О., Бабко Н.М. Харків: ХНТУСГ, 2020. 163 с.
9. Маркетингові дослідження: підручник / Н.С. Косар та ін. Нац. ун-т «Львівська політехніка». Львів. Вид-во Львів. політехніки, 2018. 457 с.
10. Пилипенко О. В. Стратегічний аналіз: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / за заг. ред. М. І. Ковалю. К.: ДП «Вид. дім «Персонал», 2018. 350 с.
11. Попова В.Д., Маценко Л.Ф. Стратегічний аналіз: навчальний посібник. Чернівці: ЧНУ, 2018. 157 с.
12. Сич Є. М. Стратегічний аналіз: навч. посібник / Є. М. Сич, О. В. Пилипенко, М. С. Стасишен. К.: Каравела, 2019. 304 с.
13. Стратегічний аналіз галузі. Навчальний посібник / За ред. Лотиш О.Я. Тернопіль: Економічна думка, 2019. 248 с.
14. Стратегічний маркетинг: електронний навчальний посібник для студентів спеціальності 075 Маркетинг, ступеня вищої освіти магістр / Ю.Т. Процишин. Тернопіль: ЗУНУ, 2022. 146 с.
15. Стратегічний маркетинг: Опорний конспект лекцій: навч. посіб. для студ. спеціальності 075 «Маркетинг» / Н.В. Язвінська;. КПП ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, 2020. 28 с.

#### Допоміжна

1. Артюшок, В. Методи та моделі стратегічного аналізу у системі бізнес-планування. *Економіка та суспільство*, 2022. №44.
2. Бленда Н. А. Стратегічний аналіз зовнішнього середовища – основа визначення стратегічного напрямку розвитку підприємницьких структур / Н. О. Бленда, Н. О. Коротєєв, Д. М. Соковнина, С. Ю. Соколюк, О. В. Жарун. Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва. 2021. Вип. 99. Част. 1. с. 124-131.
3. Дикань О.В., Крихтіна Ю.О., Фролова Н.Л. Актуальні методи стратегічного аналізу бізнес-середовища підприємства. *Приазовський економічний вісник*. Серія: Економіка та підприємництво. 2021. Вип. 1(24). С. 78-81.
4. Дмитренко В.І. Стратегічний аналіз розвитку підприємств будівельної галузі. *Вчені записки Університету «КРОК»*. №3 (59), 2020. С. 199-206.
5. Економічна діагностика: Підручник / В. Л. Дикань, І. В. Токмакова, В.О. Овчиннікова та ін. – Харків: УкрДУЗТ, 2022. 284 с.
6. Ковальчук Т. М., Вергун А. І. Організація аналітичного забезпечення прийняття стратегічних рішень на підприємстві. *Науковий вісник Чернівецького університету: зб. наук. праць*. 2021. Вип. 834. С. 35–41.
7. Маркетинг у створенні стратегічних переваг на ринку послуг. О. Сапінський, Н. В. Шинкаренко, К. П. Пілова, *Економічний вісник*, 2021, №3. с. 115-122.
8. Мартинюк О. В., Адасюк І. П. Аспекти використання інструментів маркетингової стратегії управління на сучасних підприємствах. *Економічні науки*. Вісник Хмельницького національного університету. 2021, № 1. с. 78-84.
9. Онищенко В.Є., Кононенко Д.С., Чупіна М.Я. Інструменти стратегічного аналізу в управлінні підприємством: огляд, класифікація, критерії вибору. *Acta Academiae Beregsasiensis. Economics*: наук. журн. Закарпат. угор. ін-т ім. Ф. Ракоці ІІ. Берегове, 2023. Випуск 4. С. 493-506. DOI: <https://doi.org/10.58423/2786-6742/2023-4-493-506>

10. Onyshchenko V., Zahorelska T., Klymenko D. Using strategic analysis to evaluate Ukraine's construction industry. *Економіка і регіон*. № 1 (92). 2024. С. 26-32. DOI: 10.26906/EiR.2024.1(92).3305
11. Паламарчук О., Петришина С. Будівельна галузь України: стан та прогнози. *Економіка та суспільство*. Вип. 51. 2023. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-45>
12. Портер М. Конкурентна стратегія. Техніки аналізу галузей і конкурентів. Київ : Наш Формат, 2020. 424 с.
13. Соколовська К.В., Касич А.О. Тенденції у розвитку підприємств будівельної галузі. *Економіка та суспільство*. Випуск 41. 2022. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-34>.
14. Стратегічне управління: конспект лекцій. Навчальний посібник. / уклад. Л. П. Артеменко. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 342 с.
15. Тарасюк Г. М., Ковальчук В. Г., Сотник А. А. Комплексне прогнозування в системі стратегічної діагностики потенціалу підприємства. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2021. №2(33). С. 358-366.
16. Храпкіна В.В., Кузнецова К.В. Роль маркетингових досліджень у забезпеченні ефективної роботи підприємств. *ДонДУУ «Менеджер»*. № 2(83). 2019. С. 42-51.
17. Методичні вказівки до виконання курсової роботи з дисципліни «Ринкові дослідження і стратегічний аналіз» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти ОНП «Девелопмент нерухомості» і ОПП «Маркетинг та бізнес-аналітика» денної та заочної форм навчання / Онищенко В.Є. Дніпро. ННІ ПДАБА. 2024. – 15 с.
18. Методичні вказівки до практичних занять з дисципліни «Ринкові дослідження і стратегічний аналіз» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти ОНП «Девелопмент нерухомості» денної форми навчання / Онищенко В.Є. Дніпро. ННІ ПДАБА. 2024. – 30 с.

## 12. ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСИ

1. Верховна Рада України: офіційний вебпортал парламенту України. URL: <https://www.rada.gov.ua/>
2. Державна служба статистики України. URL: <https://ukrstat.gov.ua/>
3. Інформаційна система «Ліга: Закон»: офіційний сайт URL: <https://ligazakon.net>
4. Офіційний сайт Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
5. Каталог дисципліни «Ринкові дослідження та стратегічний аналіз» у віртуальному читальному залі ННІ ПДАБА <https://pgasa365.sharepoint.com/:f/s/e-library/ErEqduEYBntJjX0dz70e3k8BfcFCr496EHKzgWJAnoyNIQ?e=MrXOoG>