



Силабус навчальної дисципліни «Маркетингова розвідка»

Спеціальність	Для спеціальностей ННІ фінансів, економіки, управління та права
Освітня програма	Для освітніх програм ННІ фінансів, економіки, управління та права
Освітній рівень	Перший (бакалаврський)
Статус дисципліни	Вибіркова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	4 курс, 7–8 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	4
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції - 20 год.
	Практичні - 20 години
	Самостійна робота - 80 год.
Форма підсумкового контролю	Диференційований залік
Кафедра	<i>Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу, 108А,</i> https://nupp.edu.ua/page/kafedra-yekonomiki-pidpriemnitstva-ta-marketingu.html
Викладачі	<i>Івасенко Олена Анатоліївна, к.е.н., Міняйленко І.В., к.е.н., доцент</i>
Контактна інформація викладачів	hivassenko@fmail.com , marfin.poltava@gmail.com
Дні занять	За розкладом, відповідно до графіку навчального процесу
Консультації	<i>Аудиторія 107А відповідно до графіку</i>
Мета навчальної дисципліни – формування у студентів системних знань та практичних навичок щодо легального, етичного та стратегічного збору, аналізу та інтерпретації інформації про ринок, конкурентів, споживачів і технологічні тренди; розвиток здатності виявляти можливості та загрози, формулювати обґрунтовані рекомендації та забезпечувати інформаційну безпеку бізнесу.	
Програмні результати навчання <p>Знати: сутність маркетингової розвідки як системного процесу збору, аналізу та інтерпретації легальної інформації про ринок, конкурентів, споживачів і технологічні тренди; основні джерела даних (відкриті бази, соцмережі, ЗМІ, фінансові звіти, SEO-інструменти); методи конкурентного аналізу, моніторингу брендів та прогнозування ринкових змін; правові та етичні принципи (заборона промислового шпигунства, конфіденційність, GDPR); особливості маркетингової розвідки в умовах воєнного стану, санкцій та інформаційної нестабільності.</p> <p>Вміти: планувати цільовий збір інформації згідно з маркетинговими цілями; аналізувати стратегії конкурентів (ціни, комунікації, асортимент, канали); виявляти ринкові можливості та загрози; формулювати рекомендації щодо позиціонування, диференціації та інновацій; захищати власну компанію від несанкціонованого збору даних.</p> <p>Володіти: навичками критичного мислення, системного аналізу, інформаційної грамотності, етичного судження та стратегічного передбачення</p>	
Передумови для навчання Передумовою вивчення навчальної дисципліни є знання, отримані в закладах середньої освіти.	
Зміст навчальної дисципліни Змістовий модуль 1. Теоретичні засади маркетингової розвідки Тема 1. Сутність, цілі та етапи маркетингової розвідки.	



Тема 2. Джерела інформації: відкриті бази, соцмережі, ЗМІ, фінзвіти, SEO-дані.
Тема 3. Методи конкурентного аналізу та моніторингу брендів.
Тема 4. Правові та етичні принципи: від GDPR до заборони промислового шпигунства
Змістовий модуль 2. Практика маркетингової розвідки
Тема 5. Планування цільового збору інформації згідно з маркетинговими цілями.
Тема 6. Аналіз стратегій конкурентів: ціни, комунікації, асортимент, канали.
Тема 7. Виявлення ринкових можливостей та загроз.
Тема 8. Розробка рекомендацій: позиціонування, диференціація, інновації.
Тема 9. Інформаційна безпека: захист компанії від несанкціонованого збору даних.
Тема 10. Маркетингова розвідка в умовах воєнного стану, санкцій та інформаційної нестабільності

Сторінка курсу на платформі Moodle

<https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=7625>

Система оцінювання результатів навчання:

За результатами поточного контролю протягом семестру здобувач вищої освіти може отримати максимально 70 балів, за результатами підсумкового контролю 30 балів. Здобувач вищої освіти, який повністю виконав програму навчальної дисципліни і отримав достатню рейтингову оцінку (не менше 35 балів), допускається до підсумкового контролю з дисципліни.

Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в робочій навчальній програмі.

Накопичування балів з навчальної дисципліни

Види навчальної роботи	Макс кількість балів
Виконання завдань на практичних заняттях	70
Диференційований залік	30
Максимальна кількість балів	100

Відповідність шкали оцінювання ЄКТС національній системі оцінювання та шкалі оцінювання Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90 – 100	A	відмінно
82 – 89	B	добре
74 – 81	C	
64 – 73	D	задовільно
60 – 63	E	
35 – 59	FX	
1 – 34	F	незадовільно

Політика навчальної дисципліни

Вивчення навчальної дисципліни потребує роботи з інформаційними джерелами, підготовки до лекцій і практичних занять, виконання усіх завдань згідно з навчальним планом.

Підготовка до практичних занять передбачає: ознайомлення з питаннями, які виносяться на заняття з відповідної теми; вивчення лекційного матеріалу. Рішення практичних завдань повинно демонструвати ознаки самостійності виконання здобувачем такої роботи, відсутність ознак повторюваності та плагіату.

Присутність здобувачів вищої освіти на практичних і лекційних заняттях є обов'язковою. Пропущене заняття має бути відпрацьоване. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися до учасників процесу навчання, дотримуватися дисципліни й часових (строкових) параметрів навчального процесу.

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів



навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі
навчальної дисципліни <https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=7625>

Силабус затверджено на засіданні кафедри
економіки, підприємництва та маркетингу
Протокол від «20» січня 2026 року № 1