**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»**

Кафедра             соціології і публічного управління

(назва)

«**ЗАТВЕРДЖУЮ**»

Завідувач кафедри

В. М. Мороз

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(ініціали та прізвище) (підпис)

«31» серпня 2022 року

**ПЛАНИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

СОЦІОЛОГІЧНІ МЕТОДИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти другий (магістерський)

перший (бакалаврський) / другий (магістерський)

галузьзнань 05 Соціальні та поведінкові науки

(шифр і назва)

спеціальність 054 Соціологія

(шифр і назва)

освітня програма Соціологічне забезпечення економічної діяльності

(назви освітніх програм спеціальностей)

вид дисципліни професійна підготовка (вибіркова)

(загальна підготовка (обов’язкова/вибіркова) / професійна підготовка (обов’язкова/вибіркова))

форма навчання денна

(денна/заочна)

Харків – 2022 рік

**Тема 1-2. Соціологічні дослідження з використанням Інтернет: поняття, історія виникнення та розвитку (2 год.)**

1. Сучасні етапи розвитку технологій та модернізація соціології.
2. Проблема етичності сучасних методів, приватності та конфіденційності особистих даних.
3. Концепція та види досліджень з використанням Інтернету.
4. Респонденти в on-line дослідженнях.
5. Кількісні та якісні дослідження у мережі Інтернет.

**Література:** 1, 4, 6, 9, 12-15

**Тема 3-4. Товарна політика та ринок послуг в Інтернеті(2 год.)**

1. Система маркетингових комунікацій в Інтернет: реклама, стимулювання збуту, паблікрілейшнз, прямий маркетинг, брендинг.
2. Просування Web-сайтів у Інтернет.
3. Види споживчих товарів та особливості їх пропозиції до Інтернету.
4. Електронні товари.
5. Фінансові послуги в Інтернеті.

**Література:** 1, 4, 6, 8, 9, 11, 13

**Тема 5-6. Напрями та об'єкти On-line панелей та досліджень (2 год.)**

1. Сучасне маркетингове дослідження та його основні напрямки.
2. Створення карт "подорожей" (customerjourneymap - CJM) для кожного сегмента цільової аудиторії.
3. Поняття on-line панель, види панелей.
4. Найбільші міжнародні панельні проекти.

**Література:** 2, 4, 6, 7-9, 10, 11

**Тема 7-8. Верифікація інформації та якість даних у дослідженнях з використанням Інтернету (2 год.)**

1. Тестування логотипів, назв та реклами (відео, друкована, зовнішня, Інтернет).
2. Вивчення уваги до візуальних стимулів: клік-тести, порівняння з методикою eye-tracking.
3. Методики тестування рекламних відеороликів трейлерів та телепередач. Тестування дизайну упаковки, 3D моделювання товарів.
4. Віртуальні торгові полиці та симуляція процесу вибору товару в магазині.
5. Розробка інструментарію для проведення польового веб-дослідження (наприклад, гайд/анкета). Підготовка анкети для самозаповнення (структура, логіка, оптимальна кількість питань). Вплив дизайну веб-анкети на якість отриманих відповідей.
6. Документ «25 питань ESOMAR, які має поставити замовник on-line досліджень».
7. Контроль шляхом повторного опитування: «за» та «проти». Порівняння on-line та off-line методів збору даних.

**Література:** 2, 4, 5, 7, 8-10

**Тема 9-10. Поведінка споживачів: цифрова трансформація споживчого досвіду (2 год.)**

1. DigitalMarketing (цифровий маркетинг).
2. Ефективність DigitalMarketing для просування відомих брендів.
3. Економіка спільного споживання, або шерингова економіка

**Література:** 1, 2, 4, 6, 12-15

**Тема 13-14. Мобільний маркетинг(2 год.)**

1. SMM-просування.
2. Вірусний маркетинг.
3. Рекламне повідомлення.
4. Інструменти мобільного маркетингу для генерації лідів та збільшення продажів.

**Література:** 1, 2, 4, 6, 9-11

**Тема 15-16. Ключові тенденції розвитку маркетингових досліджень у мережі Інтернет (2 год.)**

1. Найбільші вітчизняні проекти у сфері on-line досліджень.
2. Глобальні/локальні панелі
3. Вплив Інтернету на розвиток індустрії маркетингових та соціологічних досліджень у галузі збору, аналізу та презентації даних.
4. Опитування з використанням мобільних телефонів, смартфонів та інших засобів комунікації.

**Література:** 1-3, 6, 9, 12-15

**Базова література**

|  |  |
| --- | --- |
| 1 | Литовченко І.Л., Пилипчук В.П. Інтернет&маркетинг: Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 184 с. |
| 2 | Маркетинг у цифровому середовищі : підручник / Н. Є. Летуновська, Л. М. Хоменко, О. В. Люльов та ін. ; за заг. ред. Н. Є. Летуновської, Л. М. Хоменко. – Суми : Сумський державний університет, 2021. – 259 с. |
| 3 | Перерва П.Г. Міжнародний інтернет маркетинг: конспект лекцій [Електронний ресурс] / П.Г.Перерва, Т.О.Кобєлєва, О.П.Косенко, В.О.Матросова, В.М.Кобєлєв // Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут». – Електрон. текст. дані. – Харків : НТУ «ХПІ», 2021.- 54 с. |
| 4 | Бойчук І. В. Інтернет в маркетингу : підручник / І. В. Бойчук, О. М. Музика. – Київ : Центр учбової літератури, 2010. – 512 с |
| 5 | Новітні медіа та комунікаційні технології: комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв’язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. ‒ Київ : Паливода А. В., 2012. – 412 с |
| 6 | Царьов Р. Ю. Електронна комерція : навч. посіб. / Р. Ю. Царьов. – Одеса : ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2010. – 112 с. |

**Допоміжна література**

|  |  |
| --- | --- |
| 7 | ТОП-10 найприбутковіших сайтів світу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://marketer.ua/ua/top-10-most-profitable-sites-in-theworld/>. |
| 8 | Приходько Г. Marketplace: нишевыеторговые площадки в интернете [Электронный ресурс] / Г. Приходько. – Режим доступа : <https://ru.wiki.rademade.com/what-is-marketplace>. |
| 9 | Бизнес в Интернете: 5 интернет-проектов, покоривших мир, заработав при этоммиллионы [Электронний ресурс]. – Режим доступа : [https://geniusmarketing.me/lab/biznes-v-internete-5-internet-proektovpoko rivshix-mir-zarabotav-pri-etom-milliony/](https://geniusmarketing.me/lab/biznes-v-internete-5-internet-proektovpoko%20rivshix-mir-zarabotav-pri-etom-milliony/). |
| 10 | Основні тенденції діджиталізації у глобальному вимірі / М. Варламова, Ю. Дем’янова // Галицький економічний вісник. – 2020. – № 2 (63). – С. 251–260. |
| 11 | Стебліна В. Як розвивався Інтернет в Україні впродовж 26 років незалежності [Електронний ресурс] / В. Стебліна // Tokar.ua. – Режим доступу : https://tokar.ua /read/19365 Варламова М. |
| 12 | ТОП-25 найпопулярніших в Україні сайтів [Електронний ресурс] // Укрінформ. – Режим доступу : https://www.ukrinform.ua/ rubric-society/2455506-top25-najpopularnisih-v-ukraini-sajtiv.html. |
| 13 | Мудра І. Веб-аналітика як важлива складова успішного функціонування ЗМІ в Інтернеті [Електронний ресурс] / І. Мудра // Журналістські науки. – Режим доступу : http://science.lpnu.ua/sites /default/files/journal-paper/2019/apr/16176/mudra.pdf |
| 14 | Українські ІТ-стартапи: п’ять історій успіху [Електронний ресурс] // DW.COM. – Режим доступу : https://www.dw.com/uk/ українські-іт-стартапи-пять-історій-успіху/а-50847383. |
| 15 | Короткий словник термінів інтернет-маркетингу для власників бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://ag.marketing/ slovnik-terminiv-internet-marketingu/. |

**ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ В ІНТЕРНЕТІ**

1. ukrstat.gov.ua (СтатистичніматеріалиДержкомстатуУкраїни)
2. http://i-soc.com.ua/institute/el\_library.php (Електронна бібліотека Інституту соціології НАН України)
3. <http://sau.in.ua/theme/simya/> (Соціологічна асоціація України, дослідження, сім’я)
4. <https://genderindetail.org.ua/> (Гендер в деталях)
5. <https://idss.org.ua/public> (Інститут демографії та соціальних досліджень імені М.В.Птухи Національної академії наук України, публікації)