



СИЛАБУС ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА «ТРЕНДВОТЧІНГ»

Компонент освітньої програми – вибірковий (3 кредити)

Освітньо-професійна програма	Маркетинг
Спеціальність	D5 «Маркетинг»
Галузь знань	D «Бізнес, адміністрування та право»
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Мова навчання	українська
Профайл викладача	Буднікевич Ірина Михайлівна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку https://mmix.chnu.edu.ua/kafedra/spivrobotnyky/budnikevych-iryna-mykhailivna/
Контактний тел.	+38 0372509465
E-mail:	i.budnikevich@chnu.edu.ua
Консультації	Вівторок 10.00-12.00

АНОТАЦІЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Вибірковий освітній компонент «Трендвотчінг» поглиблює фахову підготовку, здобуту в межах нормативних дисциплін освітньо-професійної програми, розвиваючи навички виявлення, аналізу та застосування трендів для оперативної адаптації маркетингового інструментарію. Програма охоплює методи пошуку трендів, аналіз споживчої поведінки, вплив технологій та культурних особливостей, а також практичне застосування знань у реальних кейсах. Студенти навчаються прогнозувати зміни ринку, створювати інноваційні стратегії та адаптувати глобальні тренди до локальних умов.

Метою навчальної дисципліни «Трендвотчінг» є формування у студентів навичок виявлення, аналізу та практичного застосування маркетингових трендів для розробки та оновлення маркетингових стратегій, що відповідають сучасним викликам і потребам споживачів, а також розвиток критичного мислення для прогнозування ринкових змін.

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Тема 1. Концепція трендвотчінгу та його значення в стратегічному маркетингу та інноваціях
Тема 2. Методи аналізу та прогнозування трендів
Тема 3. Прогнозування трендів споживчої поведінки
Тема 4. Технологічні тренди в маркетингу
Тема 5. Культурні аспекти глобальних та локальних трендів

Тема 6. Секторальний аналіз трендів
Тема 7. Застосування трендів у маркетингових стратегіях та брендингу

ФОРМИ, МЕТОДИ ТА ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ

- словесні методи (лекція, дискусія, бесіда, консультація для поглиблення теоретичних знань тощо);
- кейс-метод, вивчення та аналіз реальних кейсів із застосуванням фреймворків;
- груповий проект із моделювання сценаріїв розвитку ринку на основі трендів;
- індивідуальне завдання з аналізу одного інструменту прогнозування;
- методи візуалізації результатів (презентації результатів виконаних завдань, інфографіка, ілюстрації, відеоматеріали тощо) для представлення навчального матеріалу та результатів виконаних завдань;
- робота з інформаційними ресурсами, аналіз звітів (Euromonitor, TrendWatching.com, McKinsey та інші);
- самостійна робота для виконання індивідуальних завдань;
- робота з програмним забезпеченням, практика з Google Trends, SEMrush;
- участь у тренінгах і майстер-класах від запрошених експертів (стейкхолдерів);
- інтеграція міжнародних практик, аналіз глобальних трендів (sustainability) та їх адаптація до локального контексту;
- неформальна та інформальна освіта, участь у онлайн-курсах, вебінарах або самостійне вивчення актуальних маркетингових трендів;
- brainstorming-сесії;
- hackathon-формат (короткостроковий інтенсив) для створення прототипу маркетингової кампанії на основі трендів.

ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

- Усне опитування за підсумками лекцій, дискусій та обговорень.
- Оцінка аналізу кейсів – застосування фреймворків до реальних маркетингових кейсів та пропозицій з адаптації міжнародних практик до локального контексту.
- Захист групового проекту з моделювання сценаріїв розвитку ринку на основі трендів.
- Оцінка індивідуального завдання з аналізу інструменту прогнозування, включно з презентацією та інфографікою результатів.
- Практична робота з програмним забезпеченням (Google Trends, SEMrush) та перевірка звітів на основі аналізу інформаційних ресурсів.
- Оцінка активності в інтерактивних форматах — тренінгах, майстер-класах, brainstorming-сесіях та hackathon-форматі (захист прототипу кампанії).
- Зарахування результатів неформальної освіти (сертифікати чи звіти про проходження онлайн-курсів).

Підсумковий контроль – залік.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання програмних результатів навчання здобувачів освіти здійснюється за шкалою європейської кредитно-трансферної системи (ECTS).

Критерієм успішного оцінювання є досягнення здобувачем вищої освіти мінімальних порогових рівнів (балів) за кожним запланованим результатом навчання.

ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні освітнього компонента регламентовано чинними документами ЧНУ:

- «Кодекс академічної доброчесності та етики Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича»
<https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/kodeks-akademichnoi-dobrochesnosti-ta-etyky-chernivetskoho-natsionalnoho-universytetu-imeni-yurii-fedkovycha/>;
- «Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича»
<https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/polozhennia-pro-vyavlennia-ta-zapobihannia-akademichnomu-plahiatu-u-chernivetskomu-natsionalnomu-universyteti-imeni-yurii-fedkovycha/>;
- «Політика використання штучного інтелекту в Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича»
<https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/polityka-vykorystannia-shtuchoho-intelektu-v-chernivetskomu-natsionalnomu-universyteti-imeni-yurii-fedkovycha-zi-zminamy-zatverdzhenymy-vchenoiu-radoiu-chnu-imeni-yurii-fedkovycha/>.

Використання здобувачами освіти інструментів штучного інтелекту (ШІ) під час виконання навчальних завдань:

- допускається за умови дотримання принципів академічної доброчесності (здобувач освіти несе відповідальність за зміст, достовірність і результати поданої роботи, а у разі використання ШІ зобов'язаний зазначити факт і спосіб його застосування);
- не допускається використання ШІ як заміни самостійного виконання завдань або з метою порушення вимог академічної доброчесності;
- додаткові обмеження чи вимоги щодо використання ШІ можуть визначатися викладачем в освітньому процесі для конкретних видів навчальної діяльності відповідно до особливостей дисципліни.

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Українська асоціація маркетингу. URL: <https://uam.in.ua>
2. Advanter Group, консалтингова компанія, займається foresight-дослідженнями та трендвотчингом для бізнесу. URL: <https://advanter.ua>
3. Euromonitor International, дослідницька компанія, що аналізує ринки,

споживачів та глобальні тренди. URL: <https://www.euromonitor.com>

4. Fedoriv Group, українська маркетингова агенція, яка працює зі стратегіями та трендами для брендів. URL: <https://fedoriv.com>
5. Future Today Strategy Group (колишня назва — Future Today Institute), дослідження майбутнього, технологій і соціальних трендів. URL: <https://www.futuretodayinstitute.com>
6. GDR Creative Intelligence, агентство зі стратегічного інсайт-дослідження трендів у ритейлі, маркетингу, креативних індустріях. URL: <https://www.gdruk.com>
7. Gradus Research, українська дослідницька компанія, що публікує відкриті звіти про споживчі тренди й купівельну поведінку українців. URL: <https://gradus.app/uk/open-reports/>
8. Info Sapiens, українська дослідницька агенція, що веде Індекс споживчих настроїв в Україні та проводить маркетингові дослідження. URL: <https://www.sapiens.com.ua>
9. Journal of Marketing Trends. URL: <https://www.marketing-trends-congress.com/journal-jmt/>
10. McKinsey, аналітика та тренди. URL: <https://www.mckinsey.com/featured-insights>
11. Mintel, глобальна компанія з маркетингових досліджень, трендів та consumer insights. URL: <https://www.mintel.com>
12. PSFK, консалтингова компанія та дослідницька платформа про інновації, креативність і тренди. URL: <https://www.psfk.com>
13. Stylus, компанія, що прогнозує тренди у сфері дизайну, інновацій, технологій та споживацьких товарів. URL: <https://www.stylus.com>
14. The Future Laboratory, британське агентство з трендфорекастингу та стратегічних інновацій. URL: <https://www.thefuturelaboratory.com>
15. TrendOne, німецьке агентство з виявлення інновацій і трендів для бізнесу. URL: <https://www.trendone.com>
16. TrendWatching. URL: <https://www.trendwatching.com>
17. WGSN (Worth Global Style Network), провідна платформа з прогнозування трендів у fashion, lifestyle, дизайні. URL: <https://www.wgsn.com>