

Загальні відомості про дисципліну

Назва дисципліни	Маркетинговий аналіз
Освітній ступінь	бакалавр
Галузь знань	12 Інформаційні технології
Спеціальність	124 Системний аналіз
Освітня програма	Інформаційні технології
Навчальний рік	2021-2022
Семестр	7
Факультет	ФІТ
Курс	4
Підсумковий контроль	екзамен

Місце дисципліни в освітній програмі

Загальні компетентності	ЗК3 Знання та розуміння предметної області професійної діяльності. ЗК5 Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК9 Здатність до ініціативності, відповідальності та навичок до безпечної діяльності відповідно до майбутнього профілю роботи, галузевих норм і правил, а також необхідного рівня індивідуального та колективного рівня безпеки у
Фахові компетентності	ФК1 Здатність аналізувати та формулювати висновки для різних типів складних управлінських задач у різних галузях народного господарства. ФК2 Здатність ефективно проводити системний аналіз, здійснювати дослідження, видобування та інтелектуальний аналіз даних з різноманітних інформаційних ресурсів на основі математичних моделей і методів науки про дані для процесів підтримки прийняття рішень.
Програмні результати навчання	ПРН3 Володіти достатніми знаннями математичних моделей і методів аналітики даних, мов моделювання та програмних засобів для виконання практичних завдань.
Необхідні попередні дисципліни	«Моделювання економічних процесів» «Моделі економічної діяльності» «Технології аналізу даних»

Забезпечення дисципліни

Основні джерела	1. Світвуд А. Маркетингова аналітика. Як підкріпити інтуїцію даними / А. Світвуд ; пер. з англ. О. Асташова. – Київ : Наш формат, 2019. – 150 с.
	2. Котлер Ф. Маркетинг 4.0 Від традиційного до цифрового / Філіп Котлер, ГермаванКатарджая, Іван Сетьяван: пер.з англ. К. Куницької та О. Замаєвої. – К. : Вид. група КМ-БУКС, 2018. – 208 с.
	3. Палеха Ю. І. Маркетинг інформаційних продуктів і послуг : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Ю. І. Палеха, О. Ю. Палеха. – Київ : Ліра, 2019. – 480 с. (10)
	4. Бойчук І. В. Маркетинг промислового підприємства : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / І. В. Бойчук, А. Я. Дмитрів. – Київ : Центр учбової літератури, 2017. – 360 с. (2)

Аудиторні заняття

Лектор - д.е.н., проф. Бондаренко О.С.

№	Тема лекції
1	Тема 1. Сутність та завдання маркетингового аналізу.
2	Тема 2. Інструментарій маркетингового аналізу
3	Тема 3. Сучасні методи та прийоми маркетингового аналізу.
4	Тема 4. Інформаційне забезпечення маркетингового аналізу.
6	Тема 5. Аналіз забезпеченості клієнтоорієнтованості підприємства.
7	Тема 6. Аналіз товарної політики підприємства.
8	Тема 7. Аналіз цінової політики.
10	Тема 8. Маркетинговий аналіз збутової та комунікаційної політики.
11	Тема 9. Аналіз бренду.
13	Тема 10. Цифрові технології маркетингового аналізу
14	Тема 11. Програмне забезпечення маркетингового аналізу.
Загальний обсяг лекцій: 28 год	

Викладач - д.е.н., проф. Бондаренко О.С.

№	Тема практичного заняття	Бали
1	ПР 1. Сутність та завдання маркетингового аналізу.	8
2	ПР 2. Інструментарій маркетингового аналізу	8
3	ПР 3. Сучасні методи та прийоми маркетингового аналізу.	8
4	ПР 4. Інформаційне забезпечення маркетингового аналізу.	8
5	ПР 5-6. Аналіз забезпеченості клієнтоорієнтованості підприємства.	12
6	ПР 7. Аналіз товарної політики підприємства.	8
7	ПР 8. Аналіз цінової політики.	8
8	ПР 9-10. Маркетинговий аналіз збутової та комунікаційної політики.	12
9	ПР 11. Аналіз бренду.	8
10	ПР 12-13. Цифрові технології маркетингового аналізу	12
11	ПР 14. Програмне забезпечення маркетингового аналізу.	8
Загальний обсяг практичних занять 28 год		100

Політика дисципліни

Відвідування занять	Відвідування лекційних та практичних занять з дисципліни є обов'язковим для всіх студентів
Відпрацювання пропущених занять	Студент, який пропустив практичне заняття, самостійно вивчає матеріал за наведеними в силабусі джерелами, виконує завдання і здає його викладачу.
Допуск до екзамену	Згідно з Положенням про організацію освітнього процесу всі студенти допускаються до іспиту
Підсумкова модульна оцінка	Підсумкова модульна оцінка за семестр є сумою оцінок, отриманих студентом за виконання практичних завдань. Максимальна модульна оцінка становить 100 балів. Студент, який отримав підсумкову модульну оцінку менше за 20 балів, при будь-якій екзаменаційній оцінці не може отримати задовільну підсумкову оцінку з дисципліни і буде ліквідувати академічну заборгованість під час додаткової сесії.
Екзаменаційна оцінка	Максимальна екзаменаційна оцінка становить 100 балів
Підсумкова оцінка з дисципліни	Підсумкова оцінка з дисципліни обчислюється як середнє арифметичне підсумкової модульної та екзаменаційної оцінки.