

МАРКЕТИНГОВА БІЗНЕС–АНАЛІТИКА

<i>Семестр</i>	8
<i>Освітньо-професійний ступінь</i>	Фаховий молодший бакалавр
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години</i>	55 (33 год. лекцій, 22 год. семінарських занять)

Загальний опис дисципліни

Маркетингова бізнес-аналітика є ключовим інструментом сучасного управління, адже поєднує маркетинг, економіку, статистику та інформаційні технології. Вона дозволяє аналізувати великі масиви даних про ринок, клієнтів, продажі та рекламу, перетворюючи їх на зрозумілу інформацію для прийняття обґрунтованих рішень. Актуальність вивчення дисципліни «Маркетингова бізнес-аналітика» зумовлена зростанням ролі цифрових каналів збуту, онлайн-реклами, CRM-систем і BI-платформ, які потребують фахівців, здатних працювати з аналітичними інструментами.

Мета: сформувати у здобувачів освіти систему знань та практичних навичок зі збору, обробки, аналізу й інтерпретації маркетингових даних для прийняття ефективних управлінських рішень у бізнесі.

Завдання:

- ознайомити з основами бізнес-аналітики та її роллю у маркетингу;
- навчити працювати з маркетинговими даними;
- сформувати навички аналітичного мислення;
- навчити використовувати інструменти аналізу (Excel, BI-системи, CRM);
- розвинути здатність приймати рішення на основі даних.

Майбутній фахівець повинен мати наступні компетенції:

Загальні компетентності	<p>ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК5. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.</p> <p>ЗК6. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК7. Здатність працювати в команді.</p>
Спеціальні компетентності:	<p>СК1. Здатність застосовувати законодавчу та нормативно-правову базу, а також державні та міжнародні вимоги, практики і стандарти з метою здійснення професійної діяльності в галузі інформаційних технологій.</p> <p>СК11. Здатність здійснювати вибір, розгортати, інтегрувати, діагностувати, адмініструвати та експлуатувати комп'ютерні системи та мережі, мережеві ресурси, сервіси та інфраструктуру організації.</p>

Здобуті знання і вміння відображені в результатах навчання

Результати навчання	<p>РН1. Знати свої права, як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського суспільства, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>РН4. Застосовувати правові норми, норми з охорони праці, безпеки життєдіяльності у професійній діяльності.</p> <p>РН5. Дотримуватись кодексу професійної етики, застосовувати і використовувати різні види та форми рухової активності для ведення здорового способу життя.</p> <p>РН13. Обґрунтовувати прийняті рішення, оцінювати, оформляти та представляти результати професійної діяльності згідно з діючою нормативною документацією.</p> <p>РН16. Спілкуватись усно та письмово з професійних питань українською та іноземною мовою.</p>
----------------------------	---

Теми лекцій:

- 1 Сутність маркетингової бізнес-аналітики
- 2 Дані в маркетингу: джерела та типи
- 3 Маркетингові показники та КРІ
- 4 Аналіз ринку та конкурентів
- 5 Сегментація та аналіз споживачів
- 6 Аналіз продажів та попиту
- 7 Оцінювання ефективності реклами
- 8 Прогнозування в маркетингу
- 9 Візуалізація даних
- 10 ВІ-системи та аналітичні платформи

Теми семінарських занять:

- 1 Джерела маркетингових даних та їх якість
- 2 Маркетингові КРІ як інструмент управління
- 3 Аналіз ринку та конкурентного середовища
- 4 Сегментація споживачів на основі даних
- 5 Оцінювання ефективності маркетингових кампаній
- 6 Прогнозування в маркетинговій аналітиці
- 7 Візуалізація даних як інструмент управління
- 8 ВІ-системи в діяльності підприємства