

МАРКЕТИНГОВА БІЗНЕС-АНАЛІТИКА

<i>Семестр</i>	7
<i>Освітньо-професійний ступінь</i>	Фаховий молодший бакалавр
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3
<i>Форма контролю</i>	Диференційований залік
<i>Аудиторні години</i>	44 (28 год. лекцій, 16 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	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. ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
Спеціальні компетентності:	СК7. Здатність проектувати, розробляти та обслуговувати вебзастосунки з динамічним контентом, використовуючи вебтехнології, технології комп'ютерної графіки та анімації. СК12. Здатність розробляти бази даних. СК13. Здатність приймати обґрунтовані рішення щодо забезпечення бізнес-планування та економічної ефективності діяльності в галузі інформаційних технологій.

Здобуті знання і вміння відображені в результатах навчання

Результати навчання	РН01. Аналізувати явища і події соціально-політичного, культурного, духовного середовища для формування світогляду людини та встановлювати зв'язок між ними. РН02. Вільно спілкуватися усно і письмово державною та іноземною мовами, у тому числі з професійних питань. РН15. Розробляти супровідну документацію на різних етапах процесу життєвого циклу розробки програмного забезпечення
----------------------------	--

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