

Назва дисципліни		МЕТОДИ ОПТИМІЗАЦІЇ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ ОПЕРАЦІЙ В МАРКЕТИНГУ			
Рівень вищої освіти		другий (магістерський) рівень			
Назва спеціальності		Маркетинг			
Назва спеціалізації					
Форма навчання		денна			
Кафедра, що забезпечує		Маркетинг			
курс	1	семестр	10	Викладач	Яшкіна О.І.
А	Мета і задачі дисципліни				
	<p>Мета - формування системи теоретичних знань та практичних навичок з методів оптимізації та дослідження операцій у маркетингу.</p> <p>Основні задачі дисципліни:</p> <ul style="list-style-type: none"> - вивчення теоретичних засад методів оптимізації та дослідження операцій в маркетингу; - освоєння технологій аналізу даних методами дослідження операцій; - освоєння інструментів оптимізації маркетингових показників. 				
В	Тематика дисципліни				
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основні поняття дослідження операцій 2. Моделі лінійного програмування 3. Транспортна задача лінійного програмування 4. Моделі цілочислового програмування в маркетингу 5. Моделі нелінійного програмування в маркетингу 6. Моделі динамічного програмування 7. Методи і моделі управління запасами 8. Системи масового обслуговування 9. Задачі з умовами невизначеності та конфлікту 				
С	Стиль та методика навчання				
Організаційно-методичні форми вивчення	Лекційні заняття, практичні заняття.				
Форми контролю	Модульні контрольні роботи, індивідуальні завдання, усний екзамен.				
Д	Компетентності				
	<p>ЗК5. Здатність до проведення наукових досліджень, пошуку, оброблення та аналізу інформації.</p> <p>СК3. Здатність проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у предметній області маркетингу.</p>				
Е	Основні результати навчання				
	<p>РН 1. Визначати науково-дослідні задачі, збирати необхідну для їх вирішення інформацію, аналізувати її та формулювати висновки.</p> <p>РН 2. Володіти навичками, достатніми для проведення власних досліджень та прийняття рішень у сфері маркетингової діяльності.</p> <p>РН 3. Розв'язувати складні маркетингові проблеми і вирішувати задачі в умовах невизначеності із застосуванням сучасних управлінських підходів, методів, прийомів</p> <p>РН 4. Здійснювати маркетинговий аналіз діяльності підприємства та складати плани та прогнози його подальшого розвитку.</p>				