

| | | | | | |
|---|--|-------------------------------|----|-----------------|-------------|
| Назва дисципліни | | ПРОГНОЗУВАННЯ 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 прогнозування у маркетингу.</p> <p>Основні задачі дисципліни:</p> <ul style="list-style-type: none"> - вивчення теоретичних засад методів прогнозування в маркетингу; - освоєння сучасних технологій прогнозування маркетингових показників; - освоєння інструментів прогнозування маркетингових показників. | | | | |
| В | Тематика дисципліни | | | | |
| | <ol style="list-style-type: none"> 1. Типи прогнозів та етапи прогнозування 2. Методи дослідження наборів даних та вибір методу прогнозування 3. Методи згладжування та ковзкого середнього 4. Методи прогнозування часових рядів 5. Прогнозування за регресійними моделями 6. Регресійний аналіз часових рядів 7. Застосування методу Бокса-Дженкінса в прогнозуванні | | | | |
| 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>СК3. Здатність проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у предметній області маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність до діагностування різних аспектів маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> | | | | |
| Е | Основні результати навчання | | | | |
| | <p>Знати:</p> <p>РН 1. Демонструвати належний рівень знань із найновіших теорій, методів і практичних прийомів прогнозування у маркетингу.</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> | | | | |