

## **Розширений план лекцій**

**З ДИСЦИПЛІНИ «ПРОГНОЗУВАННЯ В МАРКЕТИНГУ»**  
**лекційних годин – 30**  
**Викладач – Яшкіна О.І.**

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1**

**Тема 1.** Типи прогнозів та етапи прогнозування

**Лекція 1.** Типи прогнозів у маркетингу

**Лекція 2.** Етапи прогнозування у маркетингу

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2**

**Тема 2.** Методи дослідження наборів даних та вибір методу прогнозування

**Лекція 3.** Дослідження часових рядів

**Лекція 4.** Оцінка прогнозу

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3**

**Тема 3.** Методи згладжування та ковзкого середнього

**Лекція 5.** Моделі «найвного» згладжування

**Лекція 6.** Методи експоненційного згладжування

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 4**

**Тема 4.** Методи прогнозування часових рядів

**Лекція 7.** Метод декомпозиції часового ряду

**Лекція 8.** Прогнози за методом декомпозиції

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 5**

**Тема 5.** Прогнозування за регресійними моделями

**Лекція 9.** Прогнозування за простою лінійною регресійною моделлю

**Лекція 10.** Оцінка регресійної моделі та прогнозу

**Лекція 11.** Багатомірна регресійна модель прогнозування

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 6**

**Тема 6.** Регресійний аналіз часових рядів

**Лекція 12.** Проблема автокореляції в часових рядах

**Лекція 13.** Застосування регресії для прогнозування сезонних даних

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 7**

**Тема 7.** Застосування методу Бокса-Дженкінса в прогнозуванні

**Лекція 14.** Метод Бокса-Дженкінса

**Лекція 15.** Реалізація стратегії розробки методу