



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ

«Методи прогнозування в маркетингових дослідженнях»

Ступінь вищої освіти -	Магістр
Спеціальність	075 Маркетинг
Освітня програма	Маркетинг
Рік навчання	1, семестр 1
Форма навчання	денна
Кількість кредитів ЄКТС	4
Мова викладання	українська

Лектор курсу

К.е.н, доцент Бабічева Олена Іванівна

Контактна інформація лектора (e-mail)

навчальний корпус № 10, кімната 401
helenmark@ukr.net

Сторінка курсу в eLearn

<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=2501>

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Метою вивчення дисципліни є формування у студентів знань та вмінь у галузі теорії та методології прогнозування в маркетингових дослідженнях макро- і мікросередовища ринку, продукції/послуг. Предмет дисципліни - методологічні і технологічні засади методів і процесів дослідження та прогнозування господарюючих суб'єктів та умов навколишнього бізнес-середовища. завданнями вивчення дисципліни „Методи прогнозування в маркетингових дослідженнях ” є

- донесення до студентів теоретичних основ прогнозування ринкових процесів;
- вироблення у студентів практичних умінь та навичок вибору та застосування методів прогнозування в маркетингових дослідженнях;
- розвиток самостійності студентів у реалізації кон'юнктурної політики фірми;
- формування підприємницького бачення у студентів на хід ринкових процесів.

СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

Тема	Години (лекції/ лабораторні, практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
1 семестр				
Модуль 1 / Модуль 2				
Тема 1. Сутність і характеристика прогнозування в маркетингових дослідженнях.	2/2	Знати : – загальнотеоретичні основи дисципліни; – основні методи прогнозування; – джерела маркетингової інформації необхідної для розробки прогнозів; – принципи організації та формування маркетингової інформаційної системи на підприємстві; Вміти:	Здача практичних робіт, написання тестів, підготовка презентацій. Виконання самостійної роботи (в т.ч. в elearn)	5
Тема 2. Комплексне прогнозування розвитку ринків. Класифікація методів прогнозування	2/4			10
Тема 3. Якісні методи прогнозування. Методика експертного прогнозування	2/4			10

Тема 4. Статистичні методи прогнозування	2/6	– визначити цілі прогнозування; – правильно обирати і використовувати методи прогнозування; – оцінити якість прогнозу, його точність та достовірність; – обґрунтовувати маркетингові рішення виходячи з результатів прогнозних розрахунків.	15
Тема 5. Методи фільтрації сезонної компоненти	2/4		10
Тема 6. Прогнозування на основі кореляційно-регресійних моделей	3/6		10
Тема 7. Прогнозування збуту. Методи прогнозу продажів нового товару.	2/4		10
Навчальна робота всього за 1 семестр			70
Екзамен			30
Всього за курс	15/30		100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо дедлайнів та перекладання:	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
Політика щодо академічної доброчесності:	Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Курсові роботи, реферати повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу
Політика щодо відвідування:	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в он-лайн формі за погодженням із деканом факультету)

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ СТУДЕНТІВ

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання екзаменів заліків	
	екзаменів	заліків
90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	
60-73	задовільно	
0-59	незадовільно	не зараховано