



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ

Маркетингове планування та прогнозування
кон'юнктури аграрних ринків:

Модуль 1. „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

Сторінка курсу в eLearn

helenmark@ukr.net

<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.

набути компетентностей:

- *загальні компетентності (ЗК):*

ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

фахові (спеціальні) компетентності (СК):

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.

СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.

СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.

СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.

СК13. Здатність щодо використання новітніх інформаційних технологій в маркетинговій діяльності підприємств.

Програмні результати навчання (ПРН):

ПРН6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.

ПРН7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.

ПРН9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень

ПРН14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

ПРН15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

СТРУКТУРА ДИЦИПЛІНИ

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: – визначити цілі прогнозування; – правильно обирати і використовувати методи прогнозування; – оцінити якість прогнозу, його точність та достовірність; – обґрунтовувати маркетингові рішення виходячи з результатів прогнозних розрахунків.	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			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
Залік				30
Всього за курс				100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо дедлайнів та перескладання:	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

Методичне забезпечення

Методичні вказівки з вивчення дисципліни «Методи прогнозування в маркетингових дослідженнях». Укладач Бабічева О.І. К.:Компринт, 2023.-60 с.

Рекомендована література

1. Макаренко Т.І. Моделювання та прогнозування у маркетингу. Навч. посіб.-Київ, «Центр навчальної літератури», 2005. -160 с.
2. Бушуєва Л.І. Методи прогнозування обсягу продажів [Електронний ресурс]. <http://alls.in.ua/48843metodi-prognozuvannya-obsyagu-prodazhiv.html>
3. Кількісні методи прогнозування збуту [Електронний ресурс] / Маркетинг дослідження. — Режим доступу: <http://iliadabeachhotelcorfu.com>
4. Колісник М. Методи прогнозування продаж [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://innovations.com.ua/ua/articles/13498/temp>
5. Конспект лекцій з дисципліни «Прогнозування» (для студентів 3 курсу денної і 4 курсу заочної форм навчання напряму підготовки 6.030504 «Економіка підприємства» 0501 «Економіка і підприємництво» спеціальності ЕП) / Авт.: Світлична Т.І., Дріль Н.В.; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х: ХНАМГ, 2010. – 112 с.
6. Кон'юнктура товарних ринків / Укл.: В.В. Кузяк, Ю.Я. Добуш, 2013. [Електронний ресурс]. –Режим доступу: <http://nebotan.info/commodity.php>;
7. Методи прогнозування продажу [Електронний ресурс]. –Режим доступу: innovations.com.ua/articles/13498/temp

Інформаційні ресурси

1. Національна бібліотека України ім. Вернадського : веб-сайт. URL: www.nbuv.gov.ua
2. Українська асоціація маркетингу : веб-сайт. URL: <http://uam.in.ua>
3. Міжнародна маркетингова група www.marketing-ua.com/
4. Аналітичні і статистичні матеріали ЮНІДО www.dzi.com.ua
5. Аналітичні і статистичні матеріали ФАО www.fao.org.