



Силабус курсу МОДЕЛЮВАННЯ І ПРОГНОЗУВАННЯ МАРКЕТИНГУ

Ступінь вищої освіти – магістр
Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

Рік навчання: I, Семестр: I

Кількість кредитів: 5 Мова викладання: українська

Керівник курсу



к.е.н., доц. Хрупович Світлана Євгенівна

Сертифікований ментор курсу «Introduction to Business» від Естонської бізнес школи. Викладач та розробник модулів «Гроуз хакінг. Нейромаркетинг» сертифікованих курсів з Інтернет маркетингу ЗУНУ
Викладач на курсах Digital marketing українсько-шведської ІТ школи Beetroot Academy
Отримала сертифікат за курсом «Жінки в ІТ», де розвивала Hard Skills у бізнес-аналітиці, проектному менеджменті та Інтернет маркетингу. Консультант з питань маркетингу та бізнес – планування у громадській організації «Відродження нації», що фінансується Міжнародною організацією з міграції (МОМ).

Контактна інформація

skhrupovych@gmail.com, +380974668395

Опис дисципліни

Дисципліна “Моделювання і прогнозування маркетингу” спрямована на формування системи теоретичних і практичних знань у галузі дослідження та моделювання систем і процесів у маркетингу. Сучасні тенденції вимагають від маркетологів розглядати ринок, як модель, яку можна прорахувати, будувати графіки з цінами і обсягами ринку, здійснювати аналіз інвестицій і прогнози розвитку. Маркетинг – це також і наука про поведінку людей, потрібно вивчати психологію, соціологію, що люди думають і відчувають. Сучасний маркетинг – це творчість, позаяк існує потреба візуалізації ідеї через картинки, тексти та історії, які продають. Маркетинг 21 століття – це діджитал, проникнення цифрових технологій у всі його ділянки, щоб знайти свого клієнта. І, насамкінець, маркетинг – це управління бізнесом, людьми, заради реалізації ідей, які спрямовані на те, щоб задовольнити потреби користувачів товарів і послуг. Саме у цій дисципліні студенти навчаться будувати сучасні моделі функціонування бізнесу через призму маркетингу та здійснювати прогнози розвитку маркетингової діяльності в різних умовах ринку. Також курс передбачає оволодіння навиками бізнес аналітики, що дозволить магістрам будувати моделі для створення інтернет магазинів.

Під час вивчення цієї дисципліни магістр оволодіє такими інтегральними прикладними компетентностями як здатність розв’язувати складні завдання і проблеми у галузі маркетингу у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та здійснення інновацій за невизначених умов і вимог.

Структура курсу

Години (лек. / сем.)	Тема	Результати навчання	Завдання
2 / 1	1. ІНФОРМАЦІЙНА БАЗА ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНИХ МОДЕЛЕЙ В МАРКЕТИНГУ	Ознайомитися із правилами побудови динамічних рядів та їх характеристиками. Отримати загальне поняття про лінійну регресію та багатофакторну (множинну) регресію.	Тести Опитування Розв'язування задач
2 / 1	2. МЕТОДИ ПРОГНОЗУВАННЯ ПОПИТУ НА ТОВАРИ І ПОСЛУГИ	Ознайомитися із загальною характеристикою методів прогнозування. Вміти здійснювати прогнози за допомогою методів екстраполяції. Знати випадки застосування різноманітних методів прогнозування попиту в умовах невизначеності ринку.	Тести Опитування Розв'язування задач
2 / 1	3. МЕТОДИ ПРОГНОЗУВАННЯ ЗБУТУ ТА МОДЕЛЮВАННЯ ПОПИТУ	Ознайомитися із загальною характеристикою методів прогнозування обсягів збуту. Вивчити методи екстраполяції часового ряду та вирішувати прикладні завдання за допомогою економіко-математичне моделювання попиту.	Тести Опитування Розв'язування задач
2 / 1	4. МОДЕЛЮВАННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ	Вивчити моделі поведінки у споживчому маркетингу Навчитись здійснювати дослідження споживчих переваг в процесі прийняття рішень про купівлю. Вивчити психоемоційні методи впливу на поведінку споживачів. Освоїти прикладне програмне забезпечення реалізації економіко-математичних моделей у маркетингових дослідженнях засобами з використанням таблиць і статистики в EXCEL.	Тести Опитування Розв'язування задач.
6 / 2	5. ПОБУДОВА БІЗНЕС МОДЕЛІ КАНВА	Ознайомитися із правилами візуального моделювання КАНВА. Засвоїти методикку заповнення шаблону моделі. Виробити навички швидкого моделювання за допомогою блоків, які представляють бізнес через дослідження сегментів користувачів, каналів взаємодії та відносин з клієнтами. Виробити здатність візуального прогнозування різноманітних сфер бізнесу.	Тести Побудова індивідуальних бізнес моделей KANVA
4 / 2	6. МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕС ПРОЦЕСІВ	Володіти методикою бізнес аналітики в сфері інтернет продажу. Засвоїти правила створення бізнес процесів і методи управління цими процесами. Уміти використовувати елементи графічного візуального моделювання нотації BPM3 для проектування інтернет магазинів з певною кількістю учасників системи. Виробити навички швидкого графічного моделювання в бізнес аналітиці процесів для формування технічного завдання програмісту, який буде писати код сайту інтернет магазину.	Тести Прикладні завдання

2 / 1	7. МЕТОДИКА ОПИСУ РОЗДІЛУ БІЗНЕС МОДЕЛІ «ДОСЛІДЖЕННЯ КЛІЄНТІВ І КОНКУРЕНТІВ ПРИ МАРКЕТИНГОВОМУ ПРОГНОЗУВАННІ»	Вміти сегментувати майбутню клієнтську базу. Володіти методами обґрунтування виду бізнесу для написання маркетингового проекту. Виробити навички подачі характеристика типів клієнтів у маркетинговому проекті, в тому числі і моделювати портрет споживача. Виробити здатність прогнозування конкурентного середовища при відкритті нової справи. Вміти аналізувати конкурентів. Вміти формувати конкурентні переваги. Навчитися створювати різноманітні моделі прогнозу конкурентних стратегій.	Тести Наскрізне завдання із побудови бізнес моделі власного бізнесу
2 / 1	8. МЕТОДИКА ОПИСУ РОЗДІЛУ БІЗНЕС МОДЕЛІ «ПРОЕКТУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ЦІЛЕЙ»	Визначати концепції маркетингу нового проекту. Вивчити шість складників бізнесу. Здійснювати прогнозування ринку для відкриття нового проекту Вміти визначати канали дистрибуції. Вміти робити проекти з формування споживацьких груп. Оволодіти методами вивчення моделей психологічної поведінки потенційних покупців. Ознайомитися із видами мотивацій покупця. Навчитися досліджувати то випробовувати товари і послуги за допомогою нейрообладнання.	Тести Наскрізне завдання із побудови бізнес моделі власного бізнесу
2 / 1	9. МЕТОДИКА ОПИСУ РОЗДІЛУ БІЗНЕС МОДЕЛІ «ПРОЕКТУВАННЯ ЦІНОВОЇ СТРАТЕГІЇ ТА ГРАФІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НОВОГО ПРОЕКТУ»	Навчитись процедурі моделювання цін. Знати як обирати стратегію ціноутворення. Навчитись моделювати упаковку. Вивчити різноманітні випадки і стратегії вибору типу упаковки. Практикуватися у виборі назви компанії та місця розташування.	Тести Наскрізне завдання із побудови бізнес моделі власного бізнесу
2 / 1	10. МЕТОДИКА ОПИСУ РОЗДІЛУ БІЗНЕС МОДЕЛІ «ПРОГНОЗУВАННЯ ПРОДАЖ»	Вміти проектувати промоційні заходи виходу на ринок нового бізнесу. Засвоїти методики розробки повідомлення для промоційного заходу. Виробити здатність моделювати процес прямого продажу. Вміти прогнозувати час виходу продукту на ринок і проектувати стратегії дистрибуції. Уміти створювати макет маркетингового плану і маркетингового набору за принципом 4Р.	Тести Наскрізне завдання із побудови бізнес моделі власного бізнесу
2 / 1	11. МЕТОДИКА ОПИСУ РОЗДІЛУ БІЗНЕС МОДЕЛІ «ЗВІТ ПРО ПЛАНОВІ ПРИБУТКИ І ЗБИТКИ»	Вміти формувати витрати на фінансове забезпечення проекту. Навчитись визначати резерви операційного капіталу. Здійснювати прогнозування операційного бюджету. Навчитись складати звіт про плановані прибутки та збитки. Виробити готовність визначати собівартість реалізації та підраховувати валові прибутки в умовах невизначеності ринку.	Тести Наскрізне завдання із побудови бізнес моделі власного бізнесу
4 / 2	12. ПРОГНОЗУВАННЯ ГРОШОВИХ ПОТРЕБ НА ФІНАНСУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО БІЗНЕС ПРОЕКТУ	Вивчити ключові принципи руху грошових коштів. Аналізувати грошові кошти на руках та кошти у розпорядженні. Вміти проектувати бюджет руху грошових коштів Виробити навички моделювання джерела надходжень грошових коштів. Навчитись проектувати напрями витікання грошових коштів	Тести Наскрізне завдання із побудови бізнес моделі власного бізнесу

Літературні джерела

1. Enterprise big data Framework. URL: <https://www.bigdataframework.org/data-types-structured-vs-unstructured-data>
2. Барнет Білл. Еванз Дейв. Дизайн мислення. Спроектуй свої життя. Київ: Наш Формат, 2020. 224 с.
3. Кай-Фу Лі. Наддержави штучного інтелекту: Китай, Кремнієва долина і новий світовий лад. Київ : Форс Україна. 2020. 304 с.
4. Котлер Ф., Катарджая Г., Сетьяван І. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. Київ : Вид. група КМ-БУКС, 2022. 208 с.
5. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/42757>
6. Остервальдер Александер, Пінье Ів. Створюємо бізнес-модель. Новаторські ідеї для всіх і кожного / Пер з англ. Роман Корнута. Київ: Наш формат, 2021. 288 с.
7. Хрупович С.Є. Борисова Т.М. Використання штучного інтелекту при маркетинговому аналізі неструктурованих даних. *Маркетинг і цифрові технології*. 2021. №1. С. 17-26. URL: <http://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/127/114>.
8. Хрупович Світлана. Моделювання та прогнозування маркетингу. Електронний навчальний посібник для студентів спеціальності 075 МАРКЕТИНГ, ступеня вищої освіти магістр. Тернопіль, ЗУНУ. 2022. 121 с.

Політика оцінювання

- **Політика щодо дедлайнів та перескладання:** Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-20 балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату 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). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише для отримання вторинної маркетингової інформації
- **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

Оцінювання

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни «Моделювання і прогнозування маркетингу» визначається як середньозважена величина, в залежності від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

Модуль 1	Модуль 2	Модуль 3	Модуль 4
20%	5 %	15%	40%
Поточне оцінювання Визначається як середнє арифметичне оцінок, отриманих під час практичних занять (кожен здобувач оцінюється не рідше як раз на два заняття). Пропуски відпрацьовуються у час консультацій, інакше оцінка =0 та враховується при визначенні середнього арифметичного оцінки.	Тренінг Оцінка, отримана під час тренінгу при публічному захисті індивідуального проектного завдання	Самостійна робота Оцінюється за виконання індивідуального завдання із проектування моделі власного бізнесу	Екзамен Тестові завдання. 8 тестів по 5 бали, до 40 балів Задачі у тестовій формі: 2 задачі по 5 балів до 10 балів Виконання комплексного завдання із побудови моделі, до 50 балів
Модульний контроль Середнє арифметичне за оцінками завдань в MOODLE за темами 1-12. У поза аудиторний час.			

Шкала оцінювання:

Шкала оцінювання студентів:

ECTS	Бали	Зміст
A	90-100	відмінно
B	85-89	добре
C	75-84	добре
D	65-74	задовільно
E	60-64	достатньо
FX	35-59	незадовільно з можливістю повторного складання
F	1-34	незадовільно з обов'язковим повторним курсом