

СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ



АНАЛІТИЧНИЙ МАРКЕТИНГ

спеціальність	не обмежено	обов'язковість дисципліни	обов'язкова циклу професійного спрямування
освітня програма	не обмежено	факультет	управління торговельно-підприємницькою та митною діяльністю
освітній рівень	не обмежено	кафедра	маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом

ВИКЛАДАЧ

Жегус Олена Валентинівна



Вища освіта – магістр з менеджменту

Доктор економічних наук, професор

Досвід роботи – 24 роки

Показники професійної активності з тематики курсу:

- членкиня ГО «УАМ»
- авторка наукових публікацій
- авторка методичного інструментарію
- учасниця наукових та методичних конференцій

Telegram
Олена Жегус

електронна
пошта

o.zhehus@btu.kharkiv.ua

дистанційна
підтримка

Moodle
Telegram,
Zoom

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНЮ КОМПОНЕНТУ (ДИСЦИПЛІНУ)

Мета	формування у здобувачів системи знань та практичних навичок щодо організації і здійснення аналітичної діяльності для підготовки інформаційного забезпечення обґрунтування та прийняття маркетингових рішень
Формат	лекції, практичні заняття, самостійна робота, індивідуальне завдання, командна робота, дискусії
Деталізація результатів навчання і форм їх контролю	<ul style="list-style-type: none">• засвоєння здобувачами вищої освіти понятійно-категоріального апарату та методології аналітичного маркетингу/ відповіді на питання, результати виконання ситуаційного завдання.• набуття навичок розробки та використання сучасних аналітичних маркетингових технологій/ відповіді на питання, результати виконання ситуаційного завдання.;• здатність збирати, систематизувати, аналізувати, узагальнювати дані та оформлювати аналітичні тексти і звіти/ відповіді на питання, результати виконання ситуаційного завдання.;• вміння розробляти методики, методичний інструментарій маркетингового аналізу для вирішення специфічних та різнопланових маркетингових проблем і завдань/ відповіді на питання, результати виконання ситуаційного завдання.;• здатність узагальнювати та презентувати результати аналітичної діяльності/ відповіді на питання, результати виконання ситуаційного завдання.;• вміння застосовувати засвоєні теоретичні знання з аналітичного маркетингу у процесі формування інформаційно-аналітичного забезпечення маркетингової діяльності для вирішення проблем і визначення пріоритетів розвитку бізнесу/ результати виконання індивідуального завдання.
Обсяг і форми контролю	2 кредити ECTS (60 годин): 14 годин лекції, 16 годин практичні; модульний контроль (2 модулі); підсумковий контроль – залік.
Вимоги викладача	вчасне виконання практичних та індивідуального завдання, активність на заняттях, командна робота, участь в дискусіях, підготовка тез доповіді за тематикою дисципліни
Умови зарахування	доповіді за результатами самостійної роботи, презентація результатів індивідуальної роботи

СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ (ДИСЦИПЛІНИ)

Модуль 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АНАЛІТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ

Лекція 1.	Сутність, роль та процес аналітичного маркетингу в умовах сучасних викликів	Семінарське заняття	Обговорення теоретичних питань. Дискусія на тему: Особливості аналітичного маркетингу у різних сферах бізнесу	Самостійна робота	Опрацювання лекційного матеріалу. Підбір та обґрунтування теми індивідуального завдання: визначити маркетингову проблему для обраного бізнесу.
		Практичне заняття	Приклади кейсів з вітчизняного та зарубіжного досвіду щодо необхідності швидкого реагування та ініціації змін в продуктах, просуванні, бізнес-моделях, бізнес-процесах у відповідь на зміни, зумовлені процесами, явищами в зовнішньому середовищі		
Лекція 2	Методологія аналітичного маркетингу	Семінарське заняття	<i>Завдання для обговорення:</i> на основі аналізу вторинної інформації підготувати висновок щодо ситуації в реальному секторі економіки України, проаналізувати основні перешкоди, проблеми, загрози; розробити 3-5 рекомендацій для бізнесу, як в умовах сучасних викликів забезпечити його виживання та подальший розвиток	Самостійна робота	Опрацювання лекційного матеріалу. Розробка плану маркетингового аналізу для виконання індивідуального завдання.
Лекція 3	Сучасні аналітичні технології в маркетингу	Семінарське заняття	<i>Завдання для обговорення:</i> на основі аналізу вторинної інформації підготувати висновок щодо розвитку та використання маркетингових аналітичних технологій в умовах цифровізації	Самостійна робота	Опрацювання лекційного матеріалу. Проведеного розвідувальне дослідження та підготувати аналітичний висновок щодо конкретизації проблеми та її причин, наводячи аргументи та факти на основі вивчення вторинних даних
Лекція 4	Критичне мислення в аналітичному маркетингу	Практичне заняття	<i>Задання:</i> розробити та протестувати аналітичну технологію для оцінювання маркетингової діяльності визначеного підприємства	Самостійна робота	Опрацювання лекційного матеріалу. Зібрати та систематизувати факти про події, процеси, явища в макросередовищі і здійснити стратегічний аналіз, визначити загрози та способи невілювання їх ймовірних наслідків, та нові можливості для бізнесу

Модуль 2. ПРИКЛАДНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ АНАЛІТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ

Лекція 5.	Прикладний інструментарій аналітичного маркетингу для проведення стратегічного аналізу	Практичне заняття	<i>Завдання:</i> здійснити перспективний стратегічний аналіз для обраного виду бізнесу, визначити сигнали ймовірних майбутніх змін та їх наслідки	Самостійна робота	Опрацювання лекційного матеріалу. На основі вторинних даних проаналізувати тренди в обраній галузі та зробити аналітичний висновок щодо тенденцій розвитку ринку, продукту
Лекція 6	Прикладний інструментарій аналітичного маркетингу в управлінні взаєминами з внутрішніми та зовнішніми клієнтами	Практичне заняття	<i>Завдання:</i> розробити анкету та провести дослідження споживачів, за результатами якого визначити лояльність до продукту (бренду або підприємства)	Самостійна робота	Опрацювання лекційного матеріалу. Розробити авторський методичний інструментарій для збору, узагальнення та аналізу інформації та провести дослідження означеної маркетингової проблеми
Лекція 7	Прикладний інструментарій аналітичного маркетингу в управлінні маркетинговою діяльністю	Практичне заняття	<i>Завдання:</i> розробити методичний інструментарій та провести аналіз маркетингової діяльності, за результатами якого розробити рішення щодо управління маркетинговою діяльністю	Самостійна робота	Опрацювання лекційного матеріалу. Підготовка заключного звіту та презентації за результатами проведеного маркетингового аналізу

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА ТА МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

Література

1. Жегус О.В. Методологічні засади аналітичного маркетингу та особливості його використання в умовах сучасних шоків. «Ефективна економіка» № 4, 2023.
2. Жегус О. В., Ілляшенко О. В. Маркетингова аналітика в забезпеченні відновлення та розвитку суб'єктів бізнесу в Україні. Бізнес Інформ. 2023. №7. С. 212–219.
3. Жегус О.В., Савицька Н.Л., Пахомова І.О. Комплексний аудит маркетингу в соціальних мережах. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. пр. / [редкол. : В. А. Гросул (відпов. ред.) та ін.]. Харків : ДБТУ, 2024. – Вип. 1 (35). 229 с.С. 130-144
4. Зоріна О. І., Нескуба Т. В., Мкртчян О. М. Маркетингоекономічний аналіз: Конспект лекцій. Харків: УкрДУЗТ, 2021. 65 с.

Методичне забезпечення

1. Жегус О.В. Аналітичний маркетинг: Конспект лекцій. Частина1. Теоретичні основи аналітичного маркетингу. Харків. ДБТУ, 2022. 65 с.
2. Жегус О.В. Аналітичний маркетинг: Тести для поточного контролю знань. Харків. ДБТУ, 2022. 25 с.

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ (<https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2024/01/norm-b-pol-org-op.pdf>)

	СИСТЕМА	БАЛИ	ДІЯЛЬНІСТЬ, ЩО ОЦІНЮЄТЬСЯ
Підсумкове оцінювання	100 бальна ECTS (стандартна)	до 70	100% від усередненої оцінки за модулі
		до 30	індивідуальний проект
Модульне оцінювання	70 бальна сумарна	до 20	усні відповіді
		до 25	виконання практичної роботи
		до 25	результат засвоєння блоку самостійної роботи
Індивідуальний проект	30 бальна	до 30	презентація і захист індивідуального проекту

НОРМИ АКАДЕМІЧНОЇ ЕТИКИ ТА ДОБРОЧЕСНОСТІ

Всі учасники освітнього процесу (в тому числі здобувачі освіти) повинні дотримуватися кодексу академічної доброчесності та вимог, які прописані у положенні «Про академічну доброчесність учасників освітнього процесу ДБТУ»: виявляти дисциплінованість, вихованість, поважати гідність один одного, проявляти доброзичливість, чесність, відповідальність.