



Аналітика маркетингових стратегій

Спеціальності: C1 Економіка, D2 Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок, D3 Менеджмент, D4 Публічне управління та адміністрування, D5 Маркетинг

Рівень вищої освіти	другий (магістерський)		
Статус дисципліни	вибіркова (Дисципліна індивідуального вибору 2)		
Обсяг дисципліни	150 годин / 5 кредитів ЄКТС		
Мова викладання	українська		
Що буде вивчатися (предмет вивчення)	Курс «Аналітика маркетингових стратегій» передбачає опанування системи знань і навичок, необхідних для прийняття ефективних маркетингових рішень на основі аналізу інформації про ринок, поведінку споживачів, конкурентне середовище та інші чинники впливу. Основну увагу буде приділено проведенню маркетингових досліджень, аналізу ринкової ситуації, формуванню стратегій товарної, цінової, збутової та комунікаційної політики, обґрунтуванню вибору маркетингових стратегій за допомогою економічних показників та моделей, оцінці ефективності прийнятих рішень. Навчання також охоплює аналіз життєвого циклу товару, прогнозування змін попиту та адаптацію фірми до ринкових умов шляхом економічно обґрунтованих дій у сфері маркетингу		
Чому це цікаво/треба вивчати (мета)	Мета курсу – сформувати у здобувачів системне бачення процесу прийняття маркетингових рішень на основі кількісного аналізу та економічної логіки, навчити здобувачів оцінювати доцільність і ефективність маркетингових дій з позиції витрат, прибутків і ризиків, обґрунтовувати вибір маркетингової стратегії на основі ринкових даних, ухвалювати рішення в умовах невизначеності з урахуванням впливу внутрішніх і зовнішніх факторів. Для чого це потрібно вивчати, бо маркетинг без аналітики – це інтуїція, а з аналітикою – це стратегія, яка дозволяє компаніям виживати, зростати і випереджати конкурентів в умовах складного ринку		
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	Набуті знання та вміння дозволяють здобувачам збирати, інтерпретувати та використовувати маркетингову інформацію для визначення потреб споживачів, тенденцій попиту та дій конкурентів, будувати та захищати стратегічні і тактичні маркетингові плани, спираючись на економічні показники, моделі оцінки ефективності та прогнозування, застосовувати аналітичні підходи для оцінки ризиків та вибору оптимальної маркетингової стратегії.		
Пререквізити	Основи маркетингу, економіки		
Кореквізити	Супутніми даних освітній компоненті є ті, що викладаються на магістерському рівні кожної окремої спеціальності		
Організація навчання	Види занять: лекції, практичні/семінарські заняття. Форми здобуття освіти: денна, заочна. Форми контролю: поточний контроль, модульний контроль, семестровий контроль (залік)		
Кафедра	Менеджменту та бізнес-адміністрування		
Факультет	Програмної інженерії та бізнесу		
Викладач		ПІБ	Льба Василь Олексійович
		Посада	доцент каф. менеджменту та бізнес-адміністрування
		Вчене звання	доцент
		Науковий ступінь	кандидат економічних наук
		e-mail	v.lyba@khai.edu
		Персональна сторінка	

Посилання на
матеріали курсу

<https://mentor.khai.edu/course/>

Посилання силабус