



**Силабус навчальної дисципліни**  
**«Маркетингова аналітика»**

<b>Спеціальність</b>	<i>075 Маркетинг</i>
<b>Освітня програма</b>	<i>ОПП «Маркетинг»</i>
<b>Освітній рівень</b>	<i>Першій (бакалаврський)</i>
<b>Статус дисципліни</b>	<i>Вибіркова</i>
<b>Мова викладання</b>	<i>Українська</i>
<b>Курс / семестр</b>	<i>4 курс, 7 семестр</i>
<b>Кількість кредитів ЄКТС</b>	<i>4</i>
<b>Розподіл за видами занять та годинами навчання</b>	<i>Лекції – 22 год.</i>
	<i>Практичні – 20 год.</i>
	<i>Самостійна робота – 78 год.</i>
<b>Форма підсумкового контролю</b>	<i>Диференційований залік</i>
<b>Кафедра</b>	<i>Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу, 108А, <a href="https://nupp.edu.ua/page/kafedra-yekonomiki-pidpriemnitstva-ta-marketingu.html">https://nupp.edu.ua/page/kafedra-yekonomiki-pidpriemnitstva-ta-marketingu.html</a></i>
<b>Викладач</b>	<i>Івасенко Олена Анатоліївна, к.е.н.</i>
<b>Контактна інформація викладача</b>	<i><a href="mailto:hivassenko@gmail.com">hivassenko@gmail.com</a></i>
<b>Дні занять</b>	<i>За розкладом, відповідно до графіку навчального процесу</i>
<b>Консультації</b>	<i>Аудиторія 107А відповідно до графіку</i>
<p><b>Мета навчальної дисципліни</b> – навчання студентів методам, інструментам та технікам збору, аналізу та використання даних для прийняття обґрунтованих маркетингових рішень; оволодіння навичками роботи з різноманітними джерелами даних, виконання аналітичних методів та моделей для оцінки ринкового середовища, прогнозування попиту, визначення ефективності маркетингових заходів та розробки стратегій оптимізації маркетингових програм; підготовка фахівців, здатних ефективно використовувати аналітичні інструменти для досягнення стратегічних та тактичних цілей у сфері маркетингу.</p>	
<p><b>Програмні результати навчання</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</li><li>– Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</li><li>– Застосовувати набуті теоретичні знання для розв’язання практичних завдань у сфері маркетингу.</li><li>– Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</li><li>– Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб’єктів.</li><li>– Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</li><li>– Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних</li></ul>	



структурних підрозділів ринкового суб'єкта.		
<b>Передумови для навчання</b>		
Попередньо опановані дисципліни: маркетингове ціноутворення		
<b>Індивідуальне завдання</b>	<i>Не передбачено</i>	
<b>Зміст навчальної дисципліни</b>		
<b>Тема 1.</b> Вступ до маркетингової аналітики: поняття, методи та значення. <b>Тема 2.</b> Збір та обробка маркетингових даних: джерела, техніки та інструменти. <b>Тема 3.</b> Аналіз ринкових тенденцій та побудова прогностичних моделей. <b>Тема 4.</b> Метрики та показники в маркетинговій аналітиці: вимірювання ефективності та продуктивності. <b>Тема 5.</b> Використання веб-аналітики та інструментів моніторингу в маркетингових кампаніях. <b>Тема 6.</b> Аналіз результатів рекламних кампаній: вплив, конверсія та вартість. <b>Тема 7.</b> Аналітика в соціальних мережах: вимірювання ефективності та взаємодія з аудиторією. <b>Тема 8.</b> Вимірювання та аналіз впливу маркетингових заходів на продажі та прибуток. <b>Тема 9.</b> Використання аналітичних інструментів для стратегічного планування та прийняття маркетингових рішень.		
<b>Сторінка курсу на платформі Moodle</b>	<a href="https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=5548">https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=5548</a>	
<b>Рекомендовані джерела</b>		
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Гавриленко Н. С. Маркетингова аналітика: підручник. К.: Алерта, 2018. 416 с.</li><li>2. Жукова О. М., Бондаренко І. М. Маркетингова аналітика в управлінні продажами. К.: Вид-во КНЕУ, 2020. 272 с.</li><li>3. Кравченко Л. В. Маркетингова аналітика в електронній комерції: навч. посібник. К.: Центр учб. літ-ри, 2019. 272 с.</li><li>4. Кузьмін В. М. Маркетингова аналітика: теорія і практика. К.: Логос, 2019. 288 с.</li><li>5. Лазірко О. В., Чернецька А. В. Маркетингова аналітика: практикум. К.: Знання, 2019. 288 с.</li><li>6. Петров В. В. Маркетингова аналітика: сучасні підходи та методи. К.: Вид-во Київ. ун-ту, 2020. 312 с.</li><li>7. Сидоренко В. С. Маркетингова аналітика в управлінні маркетингом підприємства. К.: Альтернатива, 2016. 224 с.</li><li>8. Соболев М. В. Маркетингова аналітика в управлінні маркетингом. К.: Видавничий дім «КМ Академія», 2018. 336 с.</li><li>9. Шевченко О. В. Маркетингова аналітика: стратегічні та оперативні рішення. К.: Центр учб. літ-ри, 2018. 384 с.</li></ol>		
<b>Система оцінювання результатів навчання</b>		
За результатами поточного контролю протягом семестру студент може отримати максимально 70 балів, за результатами підсумкового контролю – 30 балів. Студент, який повністю виконав програму навчальної дисципліни і отримав достатню рейтингову оцінку (не менше 35 балів), допускається до підсумкового контролю з дисципліни. Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в робочій програмі навчальної дисципліни.		
<b>Накопичування балів з навчальної дисципліни</b>		
<b>Види навчальної роботи</b>	<b>Мах кількість балів</b>	
Виконання завдань на практичному занятті	<b>70</b>	
Диференційований залік	<b>30</b>	
<b>Максимальна кількість балів</b>	<b>100</b>	
<b>Відповідність шкали оцінювання ЄКТС національній системі оцінювання та шкалі оцінювання Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»</b>		
Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою



90 - 100	A	відмінно
82 - 89	B	добре
74 - 81	C	
64 - 73	D	задовільно
60 - 63	E	
35 - 59	FX	незадовільно
1 - 34	F	

#### **Політика навчальної дисципліни**

Вивчення навчальної дисципліни потребує роботи з інформаційними джерелами, підготовки до лекцій і практичних занять, виконання усіх завдань згідно з навчальним планом.

Підготовка до практичних занять передбачає: ознайомлення з питаннями, які виносяться на заняття з відповідної теми; вивчення лекційного матеріалу. Рішення практичних завдань повинно демонструвати ознаки самостійності виконання здобувачем такої роботи, відсутність ознак повторюваності та плагіату.

Присутність здобувачів вищої освіти на практичних і лекційних заняттях є обов'язковою, важливою також є їх участь в обговоренні всіх питань теми. Пропущені заняття мають бути відпрацьовані. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися до учасників процесу навчання, дотримуватися дисципліни й часових (строкових) параметрів навчального процесу.

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у робочій програмі навчальної дисципліни (<https://dist.nupp.edu.ua/mod/resource/view.php?id=5548>).

Силабус затверджено на засіданні кафедри економіки, підприємництва та маркетингу  
Протокол від «28» серпня 2023 року № 13