



Факультет
економіки і
менеджменту

МАРКЕТИНГОВА АНАЛІТИКА



Хто викладач курсу?

*Доктор економічних наук,
професор кафедри
маркетингу та логістики*

**Лищенко Маргарита
Олександрівна**



Детальніше про викладача тут:

<https://eim.snau.edu.ua/kafedri/marketingu-ta-logistiki/sklad-kafedri/lishenko-margarita-oleksandrivna/>



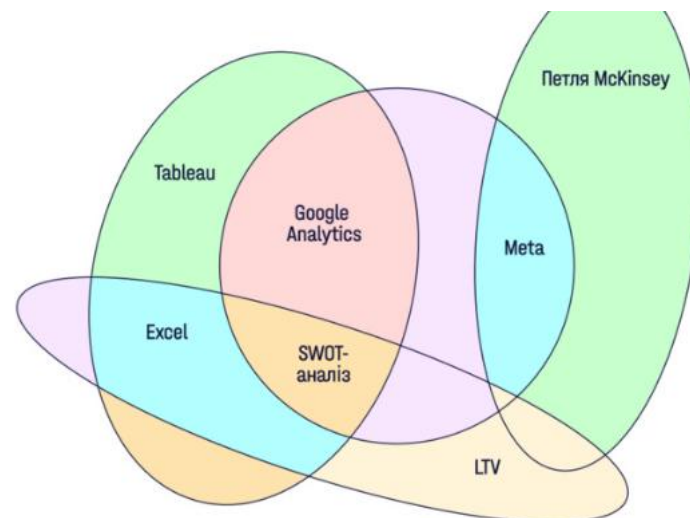


МЕТА ВИВЧЕННЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА:

формування у здобувачів здатності здійснювати системний аналіз маркетингових даних, використовувати сучасні аналітичні інструменти та методи обробки інформації для прийняття ефективних управлінських рішень, прогнозування ринкових тенденцій, оцінювання результативності маркетингової діяльності підприємства та підвищення його конкурентоспроможності

ЗАВДАННЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ:

спрямований на оволодіння такими компетентностями які формують здатність здійснювати збір, обробку та аналіз маркетингової інформації з використанням сучасних методів і цифрових інструментів аналітики; інтерпретувати результати маркетингових досліджень та аналітичних розрахунків для обґрунтування управлінських рішень



Вивчивши курс, ви отримаєте відповіді на такі питання як:

Як аналізувати ринок та конкурентне середовище?

Як провести аналітику поведінки споживачів?

У чому сутність «Data-driven маркетинг»?

Які маркетингові дані, джерела та методи необхідні для проведення аналізу маркетингової інформації?

Яка роль візуалізації даних в маркетинговій аналітиці?



Як здійснити прогнозування та прийняття маркетингових рішень на основі аналітики?



Які особливості інтерпретації результатів маркетингового аналізу?





Зміст освітнього компонента:

Тема 1. Теоретичні основи маркетингової аналітики.

Тема 2. Маркетингові дані та джерела інформації. Методи аналізу маркетингової інформації.

Тема 3. Аналіз ринку та конкурентного середовища. Організація сучасних маркетингових досліджень.

Тема 4. Аналітика поведінки споживачів.

Тема 5. Data-driven маркетинг.

Тема 6. Аналіз ефективності маркетингової діяльності підприємства.

Тема 7. Цифрова маркетингова аналітика. Візуалізація даних в маркетинговій аналітиці.

Тема 8. Прогнозування та прийняття маркетингових рішень на основі аналітики. Інтерпретація результатів маркетингового аналізу.