

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ **МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕС-РІШЕНЬ У МАРКЕТИНГУ**

Статус дисципліни – вільного вибору здобувачів вищої освіти.

Викладач: к.е.н., доцент, завідувач кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну Костинець Ю.В.

Рекомендовано – третій (освітньо-науковий) рівень вищої освіти.

Необхідні навчальні компоненти (пререквізити): філософія науки і методологія досліджень.

1. Анотація курсу:

Обсяг модуля: загальна кількість годин – 180, з них: лекції – 12 год., практичні – 24 год., самостійна робота – 144 год.; кількість кредитів ЄКТС –6.

Мета курсу – формування компетентностей: здатність приймати обґрунтовані рішення, здатність виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у теорії і практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних напрямках і можуть бути опубліковані у провідних наукових виданнях з маркетингу та суміжних галузей, здатність критичного переосмислення сучасної теорії, методології та практики маркетингу для проведення власних оригінальних наукових досліджень, здатність до виявлення та формалізації закономірностей розвитку об'єктів та суб'єктів маркетингу на основі прикладних досліджень, здатність до інтеграції знань, умінь і навичок та ефективного їх використання в умовах швидкої адаптації організацій до вимог зовнішнього середовища, прийняття інтегрованих рішень у маркетингу, організації маркетингової інформаційної системи, організації пошуку партнерів, здатність розробляти та використовувати сучасні інформаційні технології та економіко-математичні методи і моделі для дослідження економічних та соціальних процесів, здатність будувати логічну схему аналізу об'єкту дослідження, формулювати і перевіряти гіпотези щодо закономірностей розвитку явищ і процесів, у т.ч. маркетинговій діяльності, здатність обґрунтовувати управлінські рішення щодо ефективного розвитку суб'єктів господарювання, оцінювати можливі ризики, економічні та соціальні наслідки ухвалення рішень.

Результати навчання дисципліни:

знати: мати передові концептуальні та методологічні знання з маркетингу і на межі предметних галузей, а також дослідницькі навички, достатні для проведення наукових і прикладних досліджень на рівні останніх світових досягнень з відповідного напрямку, отримання нових знань та/або здійснення інновацій, мати методологічні знання принципів та методів інформаційно-аналітичного (у т.ч. статистичного) забезпечення маркетингу, знати наукові принципи організації вибіркового обстеження та володіти методикою формування вибіркової сукупності і розрахунку вибірових характеристик, мати методологічні знання принципів та методів комп'ютерного математичного моделювання, комп'ютерні математичні методи статистичної обробки та аналізу даних;

вміти: розробляти та досліджувати економіко-математичні і комп'ютерні моделі процесів і систем із використанням сучасного програмного забезпечення, ефективно використовувати їх для отримання нових знань та/або створення інноваційних продуктів у маркетингу та у дотичних міждисциплінарних напрямках, здійснювати розробку та використовувати інформаційні системи для аналізу та прогнозування економічних процесів, аналізувати існуючі методи статистичного аналізу, моделювання і прогнозування, перевірки статистичних гіпотез та обґрунтовувати можливість і порядок їхнього коректного застосування, розробляти гіпотези, приймати рішення стосовно висунутих гіпотез за результатами їхнього тестування, визначати фактори впливу на економічні процеси, пропонуючи методи коригування сценаріїв їх розвитку, самостійно розробляти управлінські рішення для забезпечення підвищення соціально-економічної ефективності діяльності підприємств;

володіти навичками: володіти навичками за допомогою інтегрованих маркетингових комунікацій для забезпечення зростання вартості бренду та підвищення іміджу підприємств;

самостійно вирішувати: вільно презентувати та обговорювати з фахівцями і нефахівцями результати досліджень, наукові та прикладні проблеми сучасного маркетингу державною та іноземною мовами, кваліфіковано відображати результати досліджень у наукових публікаціях

у провідних міжнародних наукових виданнях, формулювати наукову проблему з огляду на ціннісні орієнтири сучасного суспільства та стан її наукової розробки, а також робочі гіпотези досліджуваної проблеми, які мають розширювати і поглиблювати стан наукових досліджень в обраній сфері.

Зміст дисципліни: Тема 1. Теоретичні основи управління бізнес-процесами організації. Тема 2. Сучасні концепції вдосконалення бізнес-процесів у маркетингу. Тема 3. Методи аналізу бізнес-процесів у маркетингу. Тема 4. Інструменти моделювання та аналізу бізнес-процесів. Тема 5. Імітаційне моделювання та управління бізнес процесами на основі IBM Websphere Business Modeler. Тема 6. Прогнозування результатів бізнес-процесів у маркетингу. Тема 7. Електронні (сітьові) бізнес-моделі.

Форма підсумкового контролю: залік.

Засоби діагностики успішності навчання: : теоретичні питання, практичні завдання, питання для опитування під час практичних занять, питання для поточного контролю, презентації, питання для підсумкового контролю.

Мова навчання: українська.

2. Оцінювання:

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

Поточне оцінювання та самостійна робота			ПК	Поточне оцінювання та самостійна робота				ПК	Сума
T1	T2	T3		T4	T5	T6	T7		
10	10	10	10	10	10	10	10	20	100

Розподіл балів з дисципліни

Види робіт, що оцінюються в балах	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	Усього
Виступ на практичному занятті	5	5	5	5	5	5	5	35
Презентації	5	5	5	5	5	5	5	35
Поточний контроль	10			20				30
Всього з дисципліни								100

Відповідність шкал оцінок якості засвоєння навчального матеріалу

Оцінка за національною шкалою для екзамену, КП, КР /заліку	Оцінка в балах	Оцінка за шкалою ECTS	Пояснення
Відмінно/ зараховано	90-100	A	Відмінно (відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок)
Добре/ зараховано	82-89	B	Дуже добре (вище середнього рівня з кількома помилками)
	74-81	C	Добре (в загальному вірне виконання з певною кількістю суттєвих помилок)
Задовільно/ зараховано	64-73	D	Задовільно (непогано, але зі значною кількістю недоліків)
	60-63	E	Достатньо

			(виконання відповідає мінімальним критеріям)
Незадовільно/ незараховано	35-59	FX	Незадовільно (з можливістю повторного складання)
	0-34	F	Незадовільно (з обов'язковим повторним вивченням дисципліни)

3. Політика курсу:

3.1. Обов'язкове дотримання академічної доброчесності здобувачами вищої освіти, а саме:

- самостійне виконання всіх видів робіт, завдань, форм контролю, передбачених робочою програмою даної навчальної дисципліни;
- посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;
- дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права;
- надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

3.2. Для отримання позитивної оцінки з дисципліни необхідно набрати в сумі мінімальну кількість балів (60) за виконання індивідуальних завдань (вправ), виступи на практичних заняттях, презентації, поточний (тематичний) контроль.

3.3. Допускається визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті.

3.4. Для отримання позитивної оцінки з дисципліни необхідно отримати мінімальну кількість балів за кожний вид роботи, що оцінюються в балах.

3.5. В разі несвоєчасного виконання робіт бали знижуються.

3.6. Перенесення терміну здачі робіт/перездача:

- з поважних причин роботи оцінюються без зниження максимального балу за умови завчасного повідомлення викладача або через старосту групи (документально) про причину затримки та строки перенесення здачі роботи;
- без поважних причин – зі зниженням максимального балу за виконані роботи.

3.7. При виявленні плагіату робота не зараховується, видається інше індивідуальне завдання або інший варіант тестів для поточного (тематичного) і модульного контролю. За нову роботу знижується максимальний бал.

3.8. Пропущені заняття обов'язково потребують відпрацювання за індивідуальним графіком, погодженим з викладачем.