

Навчальна дисципліна: АНАЛІТИЧНИЙ МАРКЕТИНГ ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ РІШЕНЬ

Статус: вибірковий

Курс: 5

Семестр: 10

Попередні умови для вивчення: навчальні дисципліни – Навчальна дисципліна «Програмне забезпечення маркетингових рішень» є модулем комплексу «Аналітичний маркетинг», вивчається як елемент системи інформаційно-аналітичного забезпечення прийняття маркетингових рішень. Практичному засвоєнню учбового модуля передують серйозна базова підготовка з статистики, маркетингу, інформаційних систем і технологій, методів прийняття рішень та інше.

Опис дисципліни

Мета: отримання студентами знань щодо пропозиції програмного забезпечення маркетингу та формування практичних навичок роботи з аналітичними технологіями маркетингу для постійного аналізу інформації з метою прийняття оперативних та стратегічних маркетингових рішень.

Завдання: отримання знань ринку програмного забезпечення маркетингу та навичок його дослідження, набуття вмінь користування аналітичними можливостями програмного комплексу Marketing Analytic

Предмет: аналітичні технології маркетингу.

Змістові модулі:

Модуль 1. Ринок інформаційних технологій маркетингу

Модуль 2. Аналітичні інформаційні технології маркетингу

Форми та методи навчання: лекції, лабораторні, ситуації, розрахунково-аналітичні завдання, тестування

Форми організації контролю знань, система оцінювання:

Залік – 10 семестр,

Залік: 60 % – модульний контроль (2),

40 % – підсумковий контроль: залікова робота (2 ак. години)

Оцінювання відбувається за чотирьохбальною шкалою та шкалою ECTS.

Критерії оцінки знань наведені в робочій програмі.

Навчально-методичне забезпечення: НМКД – робоча програма, тексти лекцій, плани практичних занять, пакет розрахунково-аналітичних завдань, кейси, тести, ситуації. В наявності електронний варіант.

Мова викладання: українська, російська.

Список рекомендованої літератури:

Основна

1. Marketing Analytic. Conjoint. Руководство пользователя. М.: ООО"Курс", 2005. - 81 с.
2. Marketing Analytic. Portfolio. Руководство пользователя. М.: ООО"Курс", 2005. - 136 с.
3. Marketing Analytic. Predictor. Руководство пользователя. М.: ООО"Курс", 2005. - 269 с.
4. Мозгова Г.В. Програмне забезпечення маркетингових рішень: Методичні вказівки до виконання лабораторних робіт для студентів спеціальності «Маркетинг», Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2012. – 35 с.

Додаткова

5. Багиев Г. Л. Маркетинг / Г. Л. Багиев. - СПб.; М.; Х.; Минск : Питер, 2007. - 733 с.
6. Ламбен Жан-Жак Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг / Жан-Жак Ламбен. - СПб.; М.; Х.; Минск : Питер, 2005 . - 800 с.
7. Оксанич А. П. Інформаційні системи і технології маркетингу / А. П. Оксанич. – К.: Професіонал, 2008. – 318 с.
8. Пейн Э. Руководство по CRM. Путь к совершенствованию менеджмента клиентов / Э. Пейн. – Гревцов Паблшер, 2007. – 272 с.
9. Петренко В. Р. Інформаційні системи і технології маркетингу / В. Р. Петренко. - К.: Професіонал, 2008. - 455 с.
10. Семеняк И.В. Стратегический маркетинг: [учебное пособие] / И. В. Семеняк. – Х.: ХНУ имени В. Н. Каразина, 2007. – 304 с.