



Донецький державний
університет управління

НАЗВА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Економіко-математичні методи в маркетингу

КАФЕДРА

маркетингу

РОЗРОБНИК

Гапочка Юлія Петрівна

викладач

hapochka.yu@inbox.dsum.edu.ua

ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

3

кредити ЄКТС
(90 годин)

32

годин контактна робота з викладачем
(16 годин лекцій;
16 години семінарських занять)

58

години - самостійна робота

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

перший

бакалавр

МОВА ВИКЛАДАННЯ

українська

ФОРМА КОНТРОЛЮ

екзамен

СТАТУС ДИСЦИПЛІНИ

- нормативна для спеціальності 075 «Маркетинг»

ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

успішне опанування економічних, математичних знань студентів, набутих ними на попередніх курсах.

МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

формування теоретичних знань та практичних навичок використання економіко-математичних моделей та методів, обчислювальної техніки з метою аналізу економічних процесів та розробки ефективних управлінських рішень у маркетингу

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Модуль 1. Загальні засади математичного моделювання у маркетингу

- Тема 1.** Основні поняття математичного моделювання соціально-економічних систем
- Тема 2.** Засоби автоматизації процесу математичного моделювання у маркетингу
- Тема 3.** Статистичний аналіз маркетингової інформації
- Тема 4.** Математичні методи обробки та аналізу даних вибірових досліджень у маркетингу

Модуль 2. Окремі види економіко-математичних моделей у маркетингу

- Тема 5.** Прогнозування на основі рядів динаміки та індексного методу
- Тема 6.** Статистичне вивчення взаємозв'язків у маркетингових процесах
- Тема 7.** Оптимізаційні моделі у маркетингу
- Тема 8.** Моделювання взаємодії споживачів і виробників
- Тема 9.** Інші види математичних моделей в маркетингу



Донецький державний університет управління

ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

- збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію;
- використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію;
- виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним;
- виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення

МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ НАВЧАННЯ

- традиційні та проблемні лекції;
- семінарські заняття;
- колективного групового навчання, технологій ситуативного моделювання, технологій опрацювання дискусійних питань в т.ч. індивідуального

РЕГЛАМЕНТ ОЦІНЮВАННЯ

Шкала оцінювання з навчальної дисципліни: 100 балів.

Розподіл рейтингових балів за видами навчальної роботи:

- Виконання завдань на практичних заняттях – ~ 15 балів.
- Виконання поточних контрольних робіт – ~ 20 балів
- Складання кожного письмового модульного контролю – всього 45 балів;
- Виконання творчо-пошукового завдання – ~ 20 балів
- Екзамен – ~ 100 балів.

Загальна підсумкова оцінка з дисципліни – середньоарифметичне балів поточної успішності та балів за екзамен

Умови ліквідації заборгованостей з поточної роботи:

перескладання підсумкового модульного контролю студентами, які отримали рейтинговий бал за модульний цикл, що відповідає незадовільній оцінці, проводиться не пізніше двох тижнів після атестаційного. Позитивні оцінки з модульного циклу в цілому та його складових не підвищуються.

За рішенням викладача або кафедри нараховуються заохочувальні бали за наступні види робіт:

- за систематичну продуктивну активність під час проведення аудиторних занять;
- за виконання завдань підвищеної складності (конкретне значення визначає викладач);
- за участь у конференціях, олімпіадах, іншій науковій, методичній роботі тощо.



Підсумкове семестрове оцінювання навчальної роботи студента:

Шкала оцінювання ЕКТС	Визначення	Чотирибальна національна шкала оцінювання	Рейтингова бальна шкала оцінювання
A	Відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	Відмінно	$90 \leq RD \leq 100$
B	Вище середнього рівня з кількома помилками	Добре	$82 \leq RD < 89$
C	Загалом правильна робота з певною кількістю помилок		$74 \leq RD < 81$
D	Непогано, але зі значною кількістю недоліків	Задовільно	$64 \leq RD < 73$
E	Виконання задовольняє мінімальні критерії		$60 \leq RD < 63$
FX	Можливе повторне складання	Незадовільно	$35 \leq RD < 59$
F	Необхідний повторний курс з навчальної дисципліни		$RD < 34$

ІНФОРМАЦІЙНЕ ТА НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Основна література:

1. Валяшек В.Б. Оптимізаційні методи та моделі: навчальний посібник. Тернопіль : видавництво ТНТУ, 2015. 83 с.
2. Гамалій В.Ф., Сотніков В.С., Вишневська В.А., Жовновач Р.І., Загреба М.М. Математичні моделі в маркетингу та менеджменті: навчальний посібник. Кропивницький, 2017. 136 с.
3. Островський П.І., Гострик О.М., Добрунік Т.П., Радова О.В. Моделювання економічних процесів: навчальний посібник. – Одеса: ОНЕУ, 2012. 132 с.

Англомовні видання:

1. Methods of Persuasion: How to Use Psychology to Influence Human Behavior. Nick Kolenda, 2013. 240p.
2. Marketing: An Introduction. Gary Armstrong, Philip Kotler, 2009. 636p.

Інтернет джерела

1. Економіко-математичні методи. – URL: [http://esu.com.ua/search_articles.php/id/](http://esu.com.ua/search_articles.php?id/)