



Силабус навчальної дисципліни
«Маркетингова аналітика на основі Big Data»

Спеціальність	Всі спеціальності
Освітня програма	Всі освітні програми
Освітній рівень	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Статус дисципліни	Вибіркова
Мова викладання, навчання та оцінювання	Українська
Курс / семестр	2 курс 3 семестр, 2 курс 4 семестр, 3 курс 5 семестр, 3 курс 6 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	5 кредитів
Розподіл годин за формами освітнього процесу та видами навчальних занять	Лекції – 20 год.
	Практичні (семінарські) – 20 год.
	Лабораторні – 0 год.
	Самостійна робота – 110 год.
Форма семестрового контролю	Залік
Кафедра	Кафедра маркетингу, 1 корпус, 4 пов., ауд. 413, тел. (057) 702-02-65 (3-66), сайт кафедри: https://dom.hneu.edu.ua/
Викладач (-і)	Шиян Дмитро Вікторович, д.е.н., професор
Контактна інформація викладача (-ів)	dmytro.shyian@hneu.net
Дні навчальних занять	Лекція: <u>згідно діючого розкладу занять</u>
	Практичні: <u>згідно діючого розкладу занять</u>
Консультації	На кафедрі маркетингу, очні, відповідно до графіку консультацій, індивідуальні, чат в ПНС
Мета навчальної дисципліни: формування у здобувачів вищої освіти системи теоретичних знань і практичних навичок щодо збору, обробки та аналізу великих масивів маркетингових даних	
Структурно-логічна схема вивчення дисципліни:	
Пререквізити	Постреквізити
-	-
-	-
Зміст навчальної дисципліни	
Змістовий модуль 1. Теоретико-методологічні засади маркетингової аналітики та Big Data	
Тема 1. Маркетингова аналітика в цифровій економіці: роль Big Data	
Тема 2. Джерела та збір маркетингових даних у середовищі Big Data	
Тема 3. Інфраструктура Big Data та аналітичні платформи для маркетингу	
Тема 4. Аналітика поведінки споживачів на основі Big Data	
Змістовий модуль 2. Прикладна маркетингова аналітика та прийняття управлінських рішень на основі Big Data	
Тема 5. Прогнозна аналітика та машинне навчання в маркетингу	
Тема 6. Цінова, асортиментна та збутова аналітика на основі Big Data	
Тема 7. Digital-маркетинг та аналітика ефективності маркетингових кампаній	
Тема 8. Етика, безпека та правове регулювання використання Big Data в маркетингу	
Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни	
Мультимедійний проектор, ПНС ХНЕУ ім. С. Кузнеця, ZOOM	
Форми та методи оцінювання	
Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.	



Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, практичних (семінарських) занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів.

Підсумковий контроль включає семестровий контроль, який проводиться у формі диференційованого заліку.

Максимально можлива кількість балів за поточний контроль упродовж семестру для дисципліни форма контролю якої залік – 100 та мінімально можлива кількість балів – 60.

Поточний контроль включає наступні контрольні заходи: завдання за темами; поточні контрольні роботи; презентації за темами та написання есе. **Більш детальна інформація щодо системи оцінювання та накопичування балів з навчальної дисципліни наведена у робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.**

Політики навчальної дисципліни

Викладання навчальної дисципліни ґрунтується на засадах академічної доброчесності. Порухеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво, необ'єктивне оцінювання. За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти притягуються до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання відповідного виду навчальної роботи

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм та методів оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни.