



АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ
«МОДЕЛЮВАННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ РИНКУ» -
дисципліна вільного вибору студента ступеня вищої освіти «бакалавр».
Викладається кафедрою маркетингу

1. Мета опанування дисципліни в контексті підготовки фахівців з маркетингу

Мета навчальної дисципліни полягає у формуванні сучасного мислення та спеціальних знань щодо прогнозування складних соціально-економічних об'єктів і процесів.

2. В результаті вивчення дисципліни студент буде:

ЗНАТИ:

- основні наукові підходи та сучасні концепції прогнозування соціально-економічних процесів;
- способи розробки економічних прогнозів;
- основні методи прогнозування розвитку ринку.

ВМІТИ:

- визначати цілісну картину майбутнього стану ринку;
- здійснювати аналіз сформованих закономірностей і тенденцій розвитку ринкових процесів;
- визначати можливі траєкторії розвитку процесу в кількісних і якісних параметрах;
- здійснювати кон'юнктурні прогнози.

3. Перелік компетенцій, яких набуде студент після опанування даної дисципліни:

1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.
2. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
3. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
4. Здатність працювати в команді.
5. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
6. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
7. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
8. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
9. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

4. Сфера реалізації набутих знань і вмінь у майбутній професії

Знання у межах тематики дисципліни необхідні майбутнім маркетологам для набуття практичних вмінь прийняття рішень у процесі управління маркетинговою діяльністю в умовах нестабільного зовнішнього середовища.

5. Зміст дисципліни розкривається в наступних темах:

1. Моделювання та прогнозування економічних процесів.
2. Ситуаційне моделювання та прогнозування.
3. Методи модулювання та прогнозування в кризових умовах.
4. Прогнозне моделювання тенденцій розвитку ринку.
5. Моделювання і прогнозування кон'юнктури ринку. Особливості поведінки суб'єктів ринку.
6. Методи прогнозування рівня попиту.
7. Моделювання та прогнозування ціни на ринку.
8. Прогнозування в рамках державного регулювання економіки.