

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ
Кафедра інформаційних систем та технологій

Методи прогнозування та обробки маркетингової інформації

**Завдання для самостійної роботи
для здобувачів вищої освіти
за освітньо-професійною програмою «Маркетинг»
спеціальності 075 Маркетинг
галузі знань 07 Управління та адміністрування
освітнього ступеню Магістр**

Полтава, 2020

Копішинська О. Методи прогнозування та обробки маркетингової інформації: завдання для самостійної роботи для здобувачів вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» спеціальності 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування освітнього ступеню Магістр. – Полтава: ПДАА, 2020. - 20с.

Рецензент:

Калініченко А. – д.с.-г.н., професор, професор кафедри інформаційних систем та технологій Полтавської державної аграрної академії

Обговорено на засіданні кафедри інформаційних систем та технологій
Протокол № 1 від 25 серпня 2020 року

Рекомендовано до друку науково-методичною радою спеціальності «Маркетинг»

Протокол № __ від «__» _____ 2020 року

Голова науково-методичної ради спеціальності «Маркетинг»

_____ Т. Дядик

ВСТУП

Стрімкий розвиток технічних засобів у сфері обчислювальної техніки став передумовою інтенсивного проникнення процесів інформатизації в усі сфери народного господарства. Формування інформаційного суспільства призвело до виходу інформаційно-комунікаційних технологій на новий рівень.

Сфера інтересів маркетингової діяльності та маркетингові дослідження потребують аналізу, переробки та прогнозування інформації на певні періоди з чіткою регулярністю задля прийняття виважених та ефективних управлінських рішень. Саме в галузі управління є затребуваними сучасні інформаційні технології, що базуються на вивченні методів та засобів обробки інформації.

Прогнозування, як окремий напрямок наукових досліджень, сформувалась наприкінці 70-х років минулого століття, й зараз має цікавий та перевірений інструментарій, підтриманий широким спектром програмного забезпечення різних рівнів як загального, так і спеціального призначення. Прогнозування включає заходи щодо перевірки та підготовки первинних даних, що надходять до системи як із зовнішніх джерел, так і є внутрішніми, формування базового числового ряду, підбір методу прогнозування або комбінування декількох, використання трендів, а також методи перевірки достовірності прогнозних моделей та оцінювання різних видів похибок.

Методику побудови прогнозних моделей, методи реалізації процесів обробки інформації в середовищах прикладних програм, зокрема табличного процесора Excel, який містить спеціальний пакет аналізу даних, численні функції обробки статистичних даних та масивів, засоби побудови трендових графіків та згладжувальних кривих, вивчає дисципліна «Методи прогнозування та обробки маркетингової інформації».

Мета вивчення навчальної дисципліни: вивчення теоретичних основ і принципів розробки прогнозів мікро- і макроподій, що зменшують ступінь невизначеності, властивої всім економічним процесам.

Основні завдання навчальної дисципліни: набуття фундаментальних теоретичних знань і практичних навичок з методів обробки інформації, систематизація основних кількісних методів прогнозування розвитку кон'юнктури ринку із подальшим використанням результатів у маркетингових дослідженнях виробничої чи посередницької діяльності підприємств, оволодіння методами і комп'ютерними засобами підтримки прийняття рішень з маркетингових питань в народному господарстві.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 120 годин / 4 кредити ЄКТС.

Зміст дисципліни розкривається в наступних темах:

Тема 1. Теоретичні основи інформаційних відносин у суспільстві.

Тема 2. Система аналізу маркетингових даних. Основні методи прогнозування.

Тема 3. Огляд якісних та кількісних методів прогнозування.

Тема 4. Методи прогнозування, що базуються на усередненні.

Тема 5. Регресійний аналіз. Прогнозування за допомогою функцій регресії Excel.

Тема 6. Згладжувальні методи прогнозування.

Тема 7. Прогнозування із урахуванням сезонності.

Тема 8. Якісні методи прогнозування. Сценарії в прогнозах.

Даний навчально-методичний посібник включає анотацію теоретичного матеріалу, що підлягає вивченню, за кожною з тем програми дисципліни. Для перевірки та закріплення знань рекомендовано виконати завдання практичного характеру, підготувати усні відповіді на питання для самоконтролю. Для орієнтації серед спеціальних інформаційних джерел підібрано рекомендований список літератури та наукових публікацій, в яких висвітлено окремі аспекти тем дисципліни.

Після завдань до кожної теми висвітлено вимоги до звітування про виконання самостійної роботи. Критерії оцінювання розміщуються, як правило, в робочій програмі з дисципліни або силабусі.

Тема 1. Теоретичні основи інформаційних відносин у суспільстві

Коротка характеристика змісту навчального матеріалу, що є предметом самостійного опрацювання.

Предмет, мета, завдання та взаємозв'язок навчальної дисципліни «Методи прогнозування маркетингової інформації» з іншими дисциплінами. Основна та допоміжна література.

Поняття інформації. Види, форми та джерела інформації. Властивості інформації. Методи оцінки інформації. Класифікація інформації. Маркетингова інформація. Інформація як продукт діалектичної взаємодії даних та методів обробки. Наукові дослідження інформаційної сфери. Поняття інформаційного суспільства, принципи його побудови та складові компоненти. Історичний аспект інформаційних відносин у суспільстві.

Завдання для самостійного виконання

1. Опрацювати матеріал лекції, використовуючи конспект лекції, а також додаткову літературу (список додається).
2. Скласти розгорнуту відповідь на практичне завдання: Знайдіть перелік міжнародних законодавчих (нормативних) актів за останні 10 років, які б пояснювали зміст вивчених вами термінів з інформаційної тематики на засадах діяльності міжнародної спільноти і обговорювались на міжнаціональному рівні (резолуції, визначення та ін.).
3. Сформувати список із 7-9 ключових слів до теми лекції.
4. Підготувати усно відповіді на запитання для самоконтролю з даної теми.

Питання для самоконтролю з теми

1. У чому полягають основні відмінності між інформацією та даними? Поясніть, наведіть приклади. Поясніть походження маркетингових даних.
2. Чим пояснюється складність оцінювання та вимірювання інформації? Знайдіть додаткові джерела з історії даного питання.
3. Наведіть перелік із 5 нормативно-правових актів діючого в Україні законодавства в сфері інформаційних технологій.
4. Які властивості інформації та їх зміст?
5. Назвіть класи інформації у відповідності до критеріїв класифікації?
6. Які операції зазвичай є необхідними при отриманні інформації?
7. Які основні елементи входять до інформаційного процесу?

8. Які процеси входять до інформаційної діяльності?

Форма контролю за виконання самостійного завдання

1. Перевірка наявності письмових результатів виконання завдань.
2. Перевірка списку ключових слів.
3. Коротка бесіда за контрольними запитаннями .

Список рекомендованої літератури

1. Галич О. А. Копішинська О. П. , Уткін Ю. В. Управління інформаційними зв'язками та бізнес-процесами: навчальний посібник. – Харків: Фінарт, 2016. 244 с.
2. Економічна кібернетика: підручник. [О. Ю. Чубукова, В. Я. Рубан, Л. І. Антошкіна та ін.] ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. О. Ю. Чубукової. Донецьк : ЮгоВосток, 2014. 454 с.
3. Лабурцева О. І., Яренко А. В. Основи маркетингу і планування : навчальний посібник. К.: КНУТД, 2007. 136 с.
4. Информатика: Базовый курс / [С. В. Симонович, Г. А. Евсеев, В. И. Мураховский, С. И. Бобровский]. – СПб. : Питер, 2002. – 640 с
5. Иноземцев В. Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. Учебное пособие для студентов вузов. – М.: Логос, 2000. – 304 с.
6. Макарова М. В. Тенденції розвитку цифрової економіки : монографія / М. В. Макарова. – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2004.–236 с.
7. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. – М.: Изд. ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
8. Закон України «Про інформацію» / [Електронний ресурс] : закон України [від 13.01.2011 р. № 2938-17]. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>.

Тема 2: Система аналізу маркетингових даних. Основні методи прогнозування.

Коротка характеристика змісту навчального матеріалу, що є предметом самостійного опрацювання.

Система аналізу маркетингової інформації. Система аналізу маркетингових даних. Процес підготовки даних до аналізу (схема). Операції з даними: редагування. Кодування, перетворення, очищення, статистичне корегування даних та ін. Призначення та класифікація процедур прогнозування. Визначення прогнозування різними авторами. Роль прогнозів споживчого попиту в системі прогнозування маркетингової інформації. Поділ прогнозів за часом. Огляд базових методів прогнозування. Загальна характеристика методів прогнозу та межі їх застосування (таблиця).

Завдання для самостійного виконання

1. Опрацювати матеріал лекції, використовуючи конспект лекції, навчальну презентацію, а також додаткову літературу (список додається).
2. Скласти розгорнуту відповідь на теоретичне питання:
«Пояснити сутність підготовки даних до прогнозу, навести приклади джерел отримання первинних даних для прогнозування».
3. Сформувати список із 7-9 ключових слів до теми лекції.
4. Підготувати усно відповіді на питання для самоконтролю з даної теми.

Питання для самоконтролю з теми

1. У чому полягають основні відмінності між інформацією та даними? Поясніть, наведіть приклади. Поясніть походження маркетингових даних.
2. Дайте визначення, що таке прогнозування в маркетингових дослідженнях?
3. Проаналізуйте таблицю наявних методів прогнозування і оберіть метод, який підходить для прогнозування попиту на продукт, який тільки вийшов на ринок (новий).
4. Що таке кількісні методи і коли вони застосовуються на практиці??
5. Назвіть види довгострокового прогнозування?
6. Поясніть. Чому прогнозуванню попиту приділяється головна увага?
7. Що таке банк прогнозних моделей в компанії?

8. Як Ви будете діяти (основні кроки) якщо Вам уперше доручать зробити прогноз обсягів продажу певної категорії товару компанії, де Ви почали працювати?

Форма контролю за виконання самостійного завдання

1. Перевірка наявності письмового виконання завдання.
2. Перевірка списку ключових слів.
3. Коротка бесіда за контрольними запитаннями.

Список рекомендованої літератури

1. Аналіз ринкової кон'юнктури : навч. посіб. / А. В. Андрейченко [та ін.]. Одеса : ОНЕУ, 2014. 345 с.
2. Галич О. А. Копішинська О. П. , Уткін Ю. В. Управління інформаційними зв'язками та бізнес-процесами: навчальний посібник. – Харків: Фінарт, 2016. 244 с.
3. Економічна кібернетика: підручник. [О. Ю. Чубукова, В. Я. Рубан, Л. І. Антошкіна та ін.] ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. О. Ю. Чубукової. Донецьк : ЮгоВосток, 2014. 454 с.
4. Конрад Карлберг. Бизнес-анализ с помощью Microsoft Excel. Москва: Издательский дом «Вильямс», 2002. 448 с.
5. Лабурцева О. І., Яренко А. В. Основи маркетингу і планування : навчальний посібник. К.: КНУТД, 2007. 136 с.
6. Яренко А.В. Систематизація кількісних методів прогнозування кон'юнктури ринку в маркетингових дослідженнях // Вісник КНУТД. №3 (87), 2015. Серія «Економічні науки». С.11-18.

Тема 3. Огляд якісних та кількісних методів прогнозування.

Коротка характеристика змісту навчального матеріалу, що є предметом самостійного опрацювання.

Класифікація методів прогнозування за способами отримання інформації. Поділ за ступенем формалізації методів прогнозування: інтуїтивні (неформальні, евристичні), формалізовані та комбіновані. Інтуїтивні методи: методи простого опитування, експертні оцінки, Метод Делфі, вимоги до експертів. Переваги і недоліки та області застосування кожного з інтуїтивних методів. Огляд формалізованих методів прогнозування. Часові ряди.

Завдання для самостійного виконання

1. Опрацювати матеріал лекції, використовуючи конспект лекції, навчальну презентацію, а також додаткову літературу (список додається).
2. Скласти розгорнуту відповідь на теоретичне питання:
«Пояснити сутність методу Делфі та етапи його застосування».
3. Сформулювати список із 7-9 ключових слів до теми лекції.
4. Підготувати усно відповіді на питання для самоконтролю з даної теми.

Питання для самоконтролю з теми

1. Що дають методи простого опитування і як вони здійснюються? Поясніть, наведіть приклади. Поясніть походження та ступінь достовірності маркетингових даних.
2. Що таке спробний маркетинг? Коли Ви запропонуєте провести саме такий аналіз попиту?
3. Коли є сенс звернутися до експертних оцінок?
4. Хто такі експерти? Вимоги до кваліфікації експертів? Кількість експертів?
5. Що таке формалізовані методи і в чому їх відмінність від якісних?
6. Назвіть види довгострокового прогнозування?
7. Поясніть. Чому прогнозуванню попиту приділяється головна увага?

Форма контролю за виконання самостійного завдання

1. Перевірка наявності письмового виконання завдання.
2. Перевірка списку ключових слів.
3. Коротка бесіда за контрольними запитаннями.

Список рекомендованої літератури

1. Аналіз ринкової кон'юнктури : навч. посіб. / А. В. Андрейченко [та ін.]. Одеса : ОНЕУ, 2014. 345 с.
2. Галич О. А. Копішинська О. П., Уткін Ю. В. Управління інформаційними зв'язками та бізнес-процесами: навчальний посібник. – Харків: Фінарт, 2016. 244 с.
3. Економічна кібернетика: підручник. [О. Ю. Чубукова, В. Я. Рубан, Л. І. Антошкіна та ін.] ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. О. Ю. Чубукової. Донецьк : ЮгоВосток, 2014. 454 с.
4. Конрад Карлберг. Бизнес-анализ с помощью Microsoft Excel. Москва: Издательский дом «Вильямс», 2002. 448 с.
5. Лабурцева О. І., Яренко А. В. Основи маркетингу і планування : навчальний посібник. К.: КНУТД, 2007. 136 с.
6. Яренко А.В. Систематизація кількісних методів прогнозування кон'юнктури ринку в маркетингових дослідженнях // Вісник КНУТД. №3 (87), 2015. Серія «Економічні науки». С.11-18.

Тема 4: Методи прогнозування, що базуються на усередненні

Коротка характеристика змісту навчального матеріалу, що є предметом самостійного опрацювання.

Аналіз часових рядів. Наївні моделі. Основне припущення, яке при цьому робиться. Метод ковзного середнього, сутність, визначення. Просте ковзне середнє. Формула простого ковзного середнього. Недоліки методу. Зважене ковзне середнє. Формула зваженого. Методи згладжування. Згладжування на основі тренду. Експоненційне згладжування.

Завдання для самостійного виконання

1. Опрацювати матеріал лекції, використовуючи конспект лекції, навчальну презентацію, а також додаткову літературу (список додається).
2. Виконати в окремому файлі прогнозування згідно даних прикладу, розглянутому на лекції, методом ковзного середнього.
3. Підготувати усно відповіді на питання для самоконтролю з даної теми.

Питання для самоконтролю з теми

1. Поясніть формування формули ковзного середнього з 10 чисел базового ряду.
2. У яких ситуаціях доречно використовувати метод ковзного середнього?
3. У чому недолік ковзного середнього?
4. Які засоби табличного процесора Excel використовують при побудові прогнозних моделей методом ковзного середнього?
5. Як називається величина відхилення прогнозу від дійсного стану об'єкта?
6. Вивести формулу середньоквадратичного відхилення. Що показує середньоквадратичне відхилення?
7. Що таке зважене середнє?
8. Поясніть необхідність застосування різних видів екстраполяції даних ряду?

Форма контролю за виконання самостійного завдання

1. Перевірка наявності виконання практичного завдання.
2. Перевірка списку ключових слів.
3. Коротка бесіда за контрольними запитаннями.

Список рекомендованої літератури

1. Аналіз ринкової кон'юнктури : навч. посіб. / А. В. Андрейченко [та ін.]. Одеса : ОНЕУ, 2014. 345 с.
2. Галич О. А. Копішинська О. П. , Уткін Ю. В. Управління інформаційними зв'язками та бізнес-процесами: навчальний посібник. – Харків: Фінарт, 2016. 244 с.
3. Економічна кібернетика: підручник. [О. Ю. Чубукова, В. Я. Рубан, Л. І. Антошкіна та ін.] ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. О. Ю. Чубукової. Донецьк : ЮгоВосток, 2014. 454 с.
4. Конрад Карлберг. Бизнес-анализ с помощью Microsoft Excel. Москва: Издательский дом «Вильямс», 2002. 448 с.
5. Лабурцева О. І., Яренко А. В. Основи маркетингу і планування : навчальний посібник. К.: КНУТД, 2007. 136 с.
6. Яренко А.В. Систематизація кількісних методів прогнозування кон'юнктури ринку в маркетингових дослідженнях // Вісник КНУТД. №3 (87), 2015. Серія «Економічні науки». С.11-18.

Тема 5: Регресійний аналіз. Прогнозування за допомогою функцій регресії Excel

Коротка характеристика змісту навчального матеріалу, що є предметом самостійного опрацювання.

Сутність прогнозування за допомогою регресійного аналізу. Регресійний аналіз - статистичний метод, за допомогою якого можна побудувати модель з однієї залежної змінної (відгуком) і однієї або декількома незалежними змінними (факторами). Приклади постановок задач для регресійного аналізу. Загальний вигляд регресійної моделі. Основні види регресійних моделей. Лінійна модель. Складання прогнозів за допомогою функцій ЛИНЕЙН, ПРОГНОЗ та їх графічне зображення. Правила і порядок застосування. Інтерпретація результатів. Порядок використання функцій РОСТ, ТЕНДЕНЦИЯ. Прогнозні криві.

Завдання для самостійного виконання

1. Опрацювати матеріал лекції, використовуючи конспект лекції, навчальну презентацію, а також додаткову літературу (список додається).
2. Виконати в окремому файлі прогнозування згідно даних прикладу, розглянутому на лекції, методом функції ЛИНЕЙН.
3. Підготувати усно відповіді на питання для самоконтролю з даної теми.

Питання для самоконтролю з теми

1. На чому базуються методи регресійного аналізу?
2. У яких ситуаціях доречно використовувати метод регресійного аналізу?
3. Наведіть визначення регресії?
4. Які засоби табличного процесора Excel використовують при побудові прогнозних моделей методом регресії?
5. Які види змінних включають регресійні моделі?
6. Який загальний вигляд функції регресії?
7. Які бувають регресійні моделі?
8. Який вигляд лінійної регресійної моделі та в чому особливість рівняння цієї моделі?
9. Скільки змінних допускає одномірна лінійна регресія?
10. Який параметр дозволяє визначити функція ЛИНЕЙН?
11. Який альтернативний, крім функції ЛИНЕЙН, є спосіб отримання коефіцієнту одномірної лінійної регресії?

Форма контролю за виконання самостійного завдання

1. Перевірка наявності виконання практичного завдання на аркуші Excel. Здатність перевірити результат за лінією тренду.
2. Коротка бесіда за контрольними запитаннями.

Список рекомендованої літератури

1. Аналіз ринкової кон'юнктури : навч. посіб. / А. В. Андрейченко [та ін.]. Одеса : ОНЕУ, 2014. 345 с.
2. Галич О. А. Копішинська О. П., Уткін Ю. В. Управління інформаційними зв'язками та бізнес-процесами: навчальний посібник. – Харків: Фінарт, 2016. 244 с.
3. Економічна кібернетика: підручник. [О. Ю. Чубукова, В. Я. Рубан, Л. І. Антошкіна та ін.] ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. О. Ю. Чубукової. Донецьк : ЮгоВосток, 2014. 454 с.
4. Конрад Карлберг. Бізнес-аналіз с помощью Microsoft Excel. Москва: Издательский дом «Вильямс», 2002. 448 с.
5. Лабурцева О. І., Яренко А. В. Основи маркетингу і планування : навчальний посібник. К.: КНУТД, 2007. 136 с.
6. Яренко А.В. Систематизація кількісних методів прогнозування кон'юнктури ринку в маркетингових дослідженнях // Вісник КНУТД. №3 (87), 2015. Серія «Економічні науки». С.11-18.
7. Прогнозування соціально-економічних процесів : навчальний посібник для студентів напряму підготовки 6.030502 "Економічна кібернетика" денної форми навчання. [Т. С. Клебанова, В. А. Курзенев, В. М. Наумов та ін.] Х. : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. 656 с.

Тема 6: Згладжувальні методи прогнозування

Коротка характеристика змісту навчального матеріалу, що є предметом самостійного опрацювання.

Екстраполяція у прогнозуванні, що застосовується при вивченні часових рядів. Прості екстраполяції на основі середнього рівня ряду. Сутність та призначення, правила визначення статистичних показників: середній коефіцієнт зростання; загальна і залишкова дисперсія; коефіцієнт кореляції; індекс кореляції; коефіцієнт кореляції вихідного ряду і ряду відхилень визначеного за різницею фактичних і вирівняних за будь-якою аналітичною функцією даних. Представлено загальний вигляд формул моделювання макроекономічних параметрів: модель незалежних факторів, модель залежних факторів (лінійна, степенева та логарифмічна модель). Приклади та пояснення.

Завдання для самостійного виконання

1. Опрацювати матеріал лекції, використовуючи конспект лекції, навчальну презентацію, а також додаткову літературу (список додається).
2. Законспектувати коротко матеріал із кожного розділу лекції у вигляді основних визначень.
3. Побудувати згладжувальні лінії тренду по основним видам екстраполяції на аркуші Ексел за матеріалами лекції, приклад 1. Порахувати середньоквадратичну помилку прогнозу у прикладі №1 за матеріалами лекції 4.

Питання для самоконтролю вивчення теми:

1. Які методи відносяться до групи загальнонаукових (логічних) методів при прогнозуванні макроекономічних показників?
2. Коли може бути здійснена екстраполяція за середнім абсолютним приростом ?
3. Назвіть екстраполяції тренду. У чому їх подібність?
4. Які методи відносяться до групи міжнаукових методів при прогнозуванні макроекономічних показників?
5. За яких умов застосовується метод аналітичного вирівнювання тренду?
6. Запишіть модель незалежних факторів.
7. Назвіть, які статистичні показники дозволяють дати достовірну й обґрунтовану оцінку отриманим результатам?
8. Назвіть функції вирівнювання, які були розглянуті на прикладах при здійсненні екстраполяції показників експериментального ряду.
9. За якою формулою обраховується середньоквадратична помилка прогнозу?

Форма контролю за виконання самостійного завдання:

1. Перевірка викладачем законспектованого матеріалу.
2. Перевірка самостійного розв'язання задачі.

Список рекомендованої літератури:

1. Аналіз ринкової кон'юнктури : навч. посіб. / А. В. Андрейченко [та ін.]. Одеса : ОНЕУ, 2014. 345 с.
2. Галич О. А. Копішинська О. П. , Уткін Ю. В. Управління інформаційними зв'язками та бізнес-процесами: навчальний посібник. – Харків: Фінарт, 2016. 244 с.
3. Економічна кібернетика: підручник. [О. Ю. Чубукова, В. Я. Рубан, Л. І. Антошкіна та ін.] ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. О. Ю. Чубукової. Донецьк : ЮгоВосток, 2014. 454 с.
4. Конрад Карлберг. Бізнес-аналіз с помощью Microsoft Excel. Москва: Издательский дом «Вильямс», 2002. 448 с.
5. Лабурцева О. І., Яренко А. В. Основи маркетингу і планування : навчальний посібник. К.: КНУТД, 2007. 136 с.
6. Яренко А.В. Систематизація кількісних методів прогнозування кон'юнктури ринку в маркетингових дослідженнях // Вісник КНУТД. №3 (87), 2015. Серія «Економічні науки». С.11-18.
7. Ілляшенко С. М. Економічний ризик : навчальний посібник. К. : Центр навчальної літератури. 2004. С. 126–143.

Тема 7. Прогнозування із урахуванням сезонності

Коротка характеристика змісту навчального матеріалу, що є предметом самостійного опрацювання.

Сутність поняття «сезонності». Аплікативні та мультиплікативні моделі. Методи прогнозування, які включають дослідження сезонної складової. Прогностична модель Хольта – Вінтерса. Приклади та пояснення.

Завдання для самостійного виконання

1. Опрацювати матеріал лекції, використовуючи конспект лекції, навчальну презентацію, а також додаткову літературу (список додається).
2. Законспектувати коротко матеріал із кожного виду сезонних моделей.

Питання для самоконтролю вивчення теми:

1. В яких випадках використовують прогнозування із урахуванням сезонності?
2. Розкрийте сутність терміну сезонність. Чи має він відношення до показників, що змінюються в різні пори року?
3. Назвіть основні методи оцінки сезонних варіацій.
4. Які дії необхідно виконати для розрахунку сезонних індексів за методом віднесення до ковзного середнього?
5. При прогнозуванні яких економічних процесів можна використати результати сезонного аналізу?

Форма контролю за виконання самостійного завдання

Перевірка викладачем законспектованого матеріалу.

Список рекомендованої літератури

1. Аналіз ринкової кон'юнктури : навч. посіб. / А. В. Андрейченко [та ін.]. Одеса : ОНЕУ, 2014. 345 с.
2. Галич О. А. Копішинська О. П. , Уткін Ю. В. Управління інформаційними зв'язками та бізнес-процесами: навчальний посібник. – Харків: Фінарт, 2016. 244 с.
3. Економічна кібернетика: підручник. [О. Ю. Чубукова, В. Я. Рубан, Л. І. Антошкіна та ін.] ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. О. Ю. Чубукової. Донецьк : ЮгоВосток, 2014. 454 с.
4. Конрад Карлберг. Бизнес-анализ с помощью Microsoft Excel. Москва: Издательский дом «Вильямс», 2002. 448 с.
5. Лабурцева О. І., Яренко А. В. Основи маркетингу і планування : навчальний посібник. К.: КНУТД, 2007. 136 с.
6. Яренко А.В. Систематизація кількісних методів прогнозування кон'юнктури ринку в маркетингових дослідженнях // Вісник КНУТД. №3 (87), 2015. Серія «Економічні науки». С.11-18.

Тема 8. Якісні методи прогнозування. Сценарії в прогнозах

Коротка характеристика змісту навчального матеріалу, що є предметом самостійного опрацювання.

Особливості якісних методів прогнозування. Зміст методу сценаріїв. Базові види сценаріїв, умови застосування. Метод прогнозування із застосуванням диспетчеру сценаріїв Excel.

Завдання для самостійного виконання:

1. Опрацювати матеріал лекції, використовуючи конспект лекції, навчальну презентацію, а також додаткову літературу (список додається).
2. Записати 8-10 ключових слів, які відображують зміст теми.

Питання для самоконтролю вивчення теми:

1. В чому полягає метод Делфі?
2. В чому полягає метод написання сценаріїв?
3. В чому полягає метод визначення стратегії розвитку фірми?
4. Які особливості комбінування якісних та кількісних методів прогнозування?
5. В чому полягає метод прогнозування збуту?
6. В чому полягає метод дисконтування коштів?
7. В чому полягає метод ранжування?.

Форма контролю за виконання самостійного завдання:

Перевірка викладачем законспектованого матеріалу (ключові слова).

Список рекомендованої літератури:

1. Аналіз ринкової кон'юнктури : навч. посіб. / А. В. Андрейченко [та ін.]. Одеса : ОНЕУ, 2014. 345 с.
2. Економічна кібернетика: підручник. [О. Ю. Чубукова, В. Я. Рубан, Л. І. Антошкіна та ін.] ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. О. Ю. Чубукової. Донецьк : ЮгоВосток, 2014. 454 с.
3. Конрад Карлберг. Бизнес-анализ с помощью Microsoft Excel. Москва: Издательский дом «Вильямс», 2002. 448 с.
4. Лабурцева О. І., Яренко А. В. Основи маркетингу і планування : навчальний посібник. К.: КНУТД, 2007. 136 с.
5. Яренко А.В. Систематизація кількісних методів прогнозування кон'юнктури ринку в маркетингових дослідженнях // Вісник КНУТД. №3 (87), 2015. Серія «Економічні науки». С.11-18.
6. Ілляшенко С. М. Економічний ризик : навчальний посібник. К. : Центр навчальної літератури. 2004. С. 126–143.

Підписано до друку 29.08.2020
Формат 84х60/16. Гарнітура Таймс.
Друк – різнографія. Папір офсетний.
Ум.друк.арк. 1,38. Обл.вид.арк. 1,86. Наклад 20 прим.
ПП ПДАА, вул. Сковороди, 1/3, м. Полтава, 36003