

ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра менеджменту, маркетингу та інформаційних технологій

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан економічного факультету



Наталя КИРИЧЕНКО

« 29 » серпня 2024 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

БІЗНЕС-АНАЛІТИКА

(назва навчальної дисципліни)

освітній рівень	<u>перший (бакалаврський)</u> (бакалавр, магістр)
спеціальність	<u>075 Маркетинг</u> (шифр і назва спеціальності)
спеціалізація (ОПП)	<u>«Маркетинг»</u> (назва освітньо-професійної програми)
факультет	<u>Економічний</u> (назва факультету)

2024 – 2025 навчальний рік

Робоча програма дисципліни «Бізнес-аналітика»
(назва навчальної дисципліни)

Для здобувачів вищої освіти, що навчаються за освітньо-професійною програмою
«Маркетинг», спеціальністю 075 Маркетинг

Розробники: *Ірина Дебела, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та інформаційних технологій.*

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри менеджменту, маркетингу та інформаційних технологій

Протокол від «28» серпня 2024 року № 1

Завідувач кафедри менеджменту,
маркетингу та інформаційних технологій



(підпис)

Ганна ЖОСАН
(ім'я, прізвище)

«28» серпня 2024 року

Схвалено методичною комісією економічного факультету

Протокол від «29» серпня 2024 року № 1

Затверджено на Вченій раді економічного факультету

Протокол від «29» серпня 2024 року № 1

І. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність (напрямок підготовки), освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	
Кількість кредитів– 4	Галузь знань 07 Управління та адміністрування	Обов’язкова компонента ОК 28	
Змістових частин –3	Спеціальність 075 Маркетинг	Рік підготовки:	
		3-й	-
Семестр			
5-й		-	
Лекції			
Загальна кількість годин - 120		30 год.	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4 год., самостійної роботи здобувачів вищої освіти – 4 год.	Освітній рівень: перший (бакалаврський)	Практичні, семінарські	
		30 год	
		Самостійна робота	
		60 год.	
		Індивідуальні завдання: -	
		Вид контролю: екзамен	

Примітка.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання – 60/60 (1,0/1,0)

II. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою навчальної дисципліни є формування комплексу теоретичних знань і практичних навичок здобувачів вищої освіти про методи аналізу економічної інформації, методики статистичного аналізу бізнес-процесів, засобів прогнозування динаміки економічних показників, алгоритмів визначення тенденцій розвитку бізнес-процесу. А також розвиток практичних навичок бізнес-досліджень та аналітики інвестиційних бізнес-проектів.

Завданням курсу є ознайомлення здобувачів вищої освіти з сучасною методологією бізнес-аналітики; статистичними, математичними, економетричними інструментами аналізу бізнес-процесів. Набуття навичок застосування комплексних показників ефективності бізнес-процесу: економічний аналіз, дослідження статистичних даних, формування аналітичної звітності. Вивчення методології бізнес-аналізу ризик-менеджменту; стратегічного аналізу бізнес-процесу; аналізу проектів інвестиційної діяльності підприємства.

Компетентності.

Загальні компетентності (ЗК)

ІК. Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні..

Спеціальні (фахові) компетентності (ФК)

ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності

ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

ФК15. Здатність застосовувати сучасні цифрові технології аналізу, обробки та моделювання маркетингових досліджень.

ФК17. Здатність застосовувати сучасний методичний інструментарій для проведення й оцінки ефективності маркетингових заходів в аграрній сфері.

Програмні результати навчання (РН)

Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетинголога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

P19. Застосовувати методичний інструментарій для проведення та оцінки ефективності маркетингових засобів підприємств аграрного сектору.

P20. Вміти використовувати новітні, креативні медіа-технології, здійснювати контроль за якістю рекламних компаній, демонструвати здатність щодо оцінки цільової аудиторії розробки бюджету рекламної компанії та оцінки її ефективності.

III ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістова частина 1. Теоретичні засади бізнес-аналітики

Тема 1. Бізнес-аналітика в системі управління підприємством. Бізнес-аналітика як наукова дисципліна. Методологічні засади бізнес-аналітики. Завдання бізнес-аналізу. Етапи аналізу бізнес-процесів. Бізнес-аналітик на підприємстві: роль, професійні навички та інтереси.

Тема 2. Загальна концепція управління бізнес-процесами. Види аналізу бізнес-процесів. SWOT-аналіз процесу. Аналіз проблем бізнес-процесів. Ранжування процесів. Аналіз процесу по відношенню до потреб. Візуальний аналіз.

Тема 3. Вимірювання показників бізнес-процесу. Показники тривалості процесу і терміну виконання робіт. Технічні показники процесу. Показники вартості процесу. Показники якості.

Змістова частина 2. Економіко-статистичний аналіз бізнес-процесів.

Тема 4. Методи та інструменти економічного аналізу. Етапи проведення бізнес-аналізу. Економічний аналіз як складова бізнес-аналізу. Аналіз виробництва та реалізації продукції. Значення, завдання, інформаційне забезпечення аналізу виробництва та реалізації продукції.

Тема 5. Аналіз виробництва та реалізації продукції. Аналіз виробництва та реалізації продукції. Аналіз асортименту та структури продукції. Аналіз якості виробленої продукції. Аналіз ритмічності роботи підприємства.

Тема 6. Багатовимірні групування та розрахунок інтегрального показника. Ієрархічне групування багатовимірних показників. Багатовимірне середнє. Методологія розрахунку інтегрального показника.

Тема 7. Кластерний аналіз. Основні методи кластерного аналізу Ієрархічна кластеризація. Метод Гаусових сумішей (GMM). Застосування методів кластерного аналізу для завдань аналізу даних бізнес-процесів. Практичне застосування кластерного аналізу у бізнес-аналітиці: сегментація клієнтів, аналіз продуктивності бізнесу, визначення аномалій, оптимізація асортименту.

Тема 8. Аналітика динаміки бізнес-процесів. Аналіз інтенсивності та тенденцій розвитку. Абсолютні та відносні показники динаміки. Аналіз відхилень динамічних показників. Прогнозування тенденцій на основі динамічних рядів.

Тема 9. Аналітика макроекономічних процесів. Валовий внутрішній продукт (ВВП) як об'єкт статистичного дослідження. Структурні складові ВВП, аналіз факторного впливу на макроекономічні показники.

Тема 10. Прикладні індексні функціональні моделі бізнес-аналізу. Системи індексних показників. Моделі об'єктів контролю і діагностики стану бізнес процесу. Індексні функціональні моделі адитивного та мультиплікативного типу.

Тема 11. Методи економетричного моделювання бізнес-процесів. Кореляційно-регресійний аналіз: кореляційна залежність, визначення впливу факторів на досліджуваний показник. Множинна регресія: мультиколінеарність, гетероскедастичність, автокореляція факторів. Застосування ЕМ - моделей для задач бізнес-аналітики.

Змістова частина 3. Методологія стратегічного аналізу та ризик менеджменту

Тема 12. Методологія ризик-менеджменту. Аналітичні категорії невизначеність та ризик. Класифікація невизначеності. Джерело невизначеності. Ризик як детермінована невизначеність.

Тема 13. Методи бізнес-аналізу в управлінні ризиками. Засоби аналізу факторів ризику. Моделі управління бізнес-процесом з врахуванням ризиків.

Тема 14. Методика стратегічного аналізу бізнес-процесу. Концепція стратегічного аналізу процесу. Мета та завдання стратегічного аналізу. Об'єкти стратегічного аналізу. Методичний інструментарій стратегічного аналізу.

Тема 15. Аналіз проектів інвестиційної діяльності підприємства. Проектний аналіз як складова система управління проектами. Проект, як процес переходу системи з початкового стану в завершальну. Основні елементи та ознаки проекту. Зовнішнє та внутрішнє середовище проекту. Складові проектного аналізу.

IV. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№ теми	Назви змістових частин і тем	Кількість годин									
		денна форма					заочна форма				
		Усього	у тому числі				Усього	у тому числі			
			Лекції	Практичні	Лабораторні	Самостійна		Лекції	Практичні	Лабораторні	Самостійна
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	І семестр										
	ЗМІСТОВА ЧАСТИНА 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ БІЗНЕС-АНАЛІТИКИ										
1	Тема 1. Бізнес-аналітика в системі управління підприємством	8	2	2		4					
2	Тема 2. Загальна концепція управління бізнес-процесами	8	2	2		4					
3	Тема 3. Вимірювання показників бізнес-процесу	8	2	2		4					
Разом за змістовою частиною 1		24	6	6		12					
	ЗМІСТОВА ЧАСТИНА 2. ЕКОНОМІКО-СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ										
4	Тема 4. Методи та інструменти економічного аналізу	8	2	2		4					
5	Тема 5. Аналіз виробництва та реалізації продукції.	8	2	2		4					
6	Тема 6. Багатовимірні групування та розрахунок інтегрального показника	8	2	2		4					
7	Тема 7. Кластерний аналіз	8	2	2		4					
8	Тема 8. Аналітика динаміки бізнес-процесів	8	2	2		4					
9	Тема 9. Аналітика макроекономічних процесів	8	2	2		4					
10	Тема 10. Прикладні індексні функціональні моделі бізнес-аналізу	8	2	2		4					
11	Тема 11. Методи економетричного моделювання бізнес-процесів.	8	2	2		4					

Разом за змістовою частиною 1		64	16	16		32					
ЗМІСТОВА ЧАСТИНА 3. МЕТОДОЛОГІЯ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ ТА РИЗИК МЕНЕДЖМЕНТУ											
12	<i>Тема 12. Methodologia rizyk-menedzmentu</i>	8	2	2		4					
13	<i>Тема 13. Metodi biznes-analizu v upravlinni rizykami</i>	8	2	2		4					
14	<i>Тема 14. Metodika strategichnogo analizu biznes-protsesu</i>	8	2	2		4					
15	<i>Тема 15. Analiz proektiv investitsiynoi diyalnosti pidpriemstva</i>	8	2	2		4					
Разом за змістовою частиною 3.		32	8	8		16					
Усього за курс		120	30	30		60					

У. ТЕМИ ЛЕКЦІЙНИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	<i>Тема 1. Бізнес-аналітика в системі управління підприємством</i>	2
2	<i>Тема 2. Загальна концепція управління бізнес-процесами</i>	2
3	<i>Тема 3. Вимірювання показників бізнес-процесу</i>	2
4	<i>Тема 4. Методи та інструменти економічного аналізу</i>	2
5	<i>Тема 5. Аналіз виробництва та реалізації продукції.</i>	2
6	<i>Тема 6. Багатовимірні групування та розрахунок інтегрального показника</i>	2
7	<i>Тема 7. Кластерний аналіз</i>	2
8	<i>Тема 8. Аналітика динаміки бізнес-процесів</i>	2
9	<i>Тема 9. Аналітика макроекономічних процесів</i>	2
10	<i>Тема 10. Прикладні індексні функціональні моделі бізнес-аналізу</i>	2
11	<i>Тема 11. Методи економетричного моделювання бізнес-процесів.</i>	2
12	<i>Тема 12. Methodologia rizyk-menedzmentu</i>	2
13	<i>Тема 13. Metodi biznes-analizu v upravlinni rizykami</i>	2
14	<i>Тема 14. Metodika strategichnogo analizu biznes-protsesu</i>	2
15	<i>Тема 15. Analiz proektiv investitsiynoi diyalnosti pidpriemstva</i>	2
	Усього годин	30

УІ. ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	<i>Тема 1. Бізнес-аналітика в системі управління підприємством</i>	2
2	<i>Тема 2. Загальна концепція управління бізнес-процесами</i>	2
3	<i>Тема 3. Вимірювання показників бізнес-процесу</i>	2

4	Тема 4. Методи та інструменти економічного аналізу	2
5	Тема 5. Аналіз виробництва та реалізації продукції.	2
6	Тема 6. Багатовимірні групування та розрахунок інтегрального показника	2
7	Тема 7. Кластерний аналіз	2
8	Тема 8. Аналітика динаміки бізнес-процесів	2
9	Тема 9. Аналітика макроекономічних процесів	2
10	Тема 10. Прикладні індексні функціональні моделі бізнес-аналізу	2
11	Тема 11. Методи економетричного моделювання бізнес-процесів.	2
12	Тема 12. Методологія ризик-менеджменту	2
13	Тема 13. Методи бізнес-аналізу в управлінні ризиками	2
14	Тема 14. Методика стратегічного аналізу бізнес-процесу	2
15	Тема 15. Аналіз проектів інвестиційної діяльності підприємства	2
	Усього годин	30

VII. САМОСТІЙНА РОБОТА

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1. Бізнес-аналітика в системі управління підприємством	4
2	Тема 2. Загальна концепція управління бізнес-процесами	4
3	Тема 3. Вимірювання показників бізнес-процесу	4
4	Тема 4. Методи та інструменти економічного аналізу	4
5	Тема 5. Аналіз виробництва та реалізації продукції.	4
6	Тема 6. Багатовимірні групування та розрахунок інтегрального показника	4
7	Тема 7. Кластерний аналіз	4
8	Тема 8. Аналітика динаміки бізнес-процесів	4
9	Тема 9. Аналітика макроекономічних процесів	4
10	Тема 10. Прикладні індексні функціональні моделі бізнес-аналізу	4
11	Тема 11. Методи економетричного моделювання бізнес-процесів.	4
12	Тема 12. Методологія ризик-менеджменту	4
13	Тема 13. Методи бізнес-аналізу в управлінні ризиками	4
14	Тема 14. Методика стратегічного аналізу бізнес-процесу	4
15	Тема 15. Аналіз проектів інвестиційної діяльності підприємства	4
	Усього годин	60

VIII. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

При викладанні дисципліни використовуються такі методи навчання: пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, інформаційно-повідомлюваний, інструктивно-практичний, частково-пошуковий, самостійне спостереження.

Читання лекцій з цієї дисципліни проводяться з використанням мультимедійних

презентацій і демонстраційного експерименту (у тому числі – віртуального), проблемного викладу.

Мультимедійна презентація дозволяє викладачеві чітко структурувати матеріал лекції, заощаджувати час, затрачуваний на зображення з використанням крейди і дошки схем, написання формул і інших складних об'єктів, що дає можливість збільшити об'єм матеріалу, що викладається. Здобувачам надається можливість копіювання презентацій для виконання самостійної роботи, підготовки до поточного, проміжного і підсумкового контролю (іспиту).

Заняття в активних і інтерактивних формах проводиться з використанням постановки проблемних і ситуаційних завдань. Проведення занять в активних і інтерактивних формах спрямоване на інтенсифікацію навчального процесу, збільшення доступності знань, навичок і вмінь, аналіз навчальної інформації, творчий підхід до засвоєння навчального матеріалу. У ході проведення занять здобувачі повинні вчитися формулювати власну думку, доказово аргументувати власну точку зору, вести дискусію, поважати альтернативну думку, що допомагає формувати навички, необхідні майбутньому фахівцеві в професійній діяльності. Реалізація активних і інтерактивних методів при вивченні курсу «Бізнес-аналітика» можлива на лекційних і практичних заняттях шляхом проведення дискусій, використання прикладних програмних пакетів, додатків google.

Самостійна робота. Навчальна мета самостійної роботи – засвоєння теоретичного матеріалу, отримання практичних навиків розв'язку задач аналітичного, характеру, проведення обчислювальних процедур з використанням стандартних методів і технологій бізнес-аналітики, уміння працювати з навчальною і науковою літературою. Виховна мета - формування рис особистості здобувача вищої освіти, працьовитості, наполегливості, товариській взаємодопомозі. Розвиваюча мета - розвиток самостійності, інтелектуальних умінь, уміння аналізувати явища та робити висновки. Самостійна робота є джерелом знань, способом їх перевірки, удосконалення і закріплення знань, умінь і навичок. Цей вид діяльності ЗВО формується під контролем викладача та включає наступні види робіт: самостійне опрацювання тем, задачі для самостійного розв'язку до кожної теми практичного заняття, опрацювання додаткових джерел за тематикою занять.

ІХ. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Протягом семестру здійснюється поточний контроль, що включає оцінювання результату роботи здобувача вищої освіти на практичному занятті, виконання завдань самостійної роботи, в кінці семестру - підсумковий (семестровий) контроль знань здійснюється проведенням екзамену у п'ятому семестрі, з наступним переведенням оцінки в балах у оцінку за традиційною національною шкалою та шкалою ECTS.

Навчальні досягнення ЗВО з дисципліни «Бізнес-аналітика» оцінюються за 100-бальною шкалою.

Орієнтовні форми контролю знань здобувачів та їх оцінка з дисципліни «Бізнес-аналітика» у 5-му семестрі:

- опитування на лекційному занятті – до 1 балу;
- виконання завдань практичного заняття – до 2 балів;
- самостійна робота: виконання завдань для самостійної роботи за темами дисципліни – до 1 балу;

Підсумковий (семестровий) контроль. Підсумковий контроль знань з дисципліни «Бізнес-аналітика» складається з письмового екзамену у 5-му семестрі. Складання екзамену для здобувача вищої освіти є обов'язковим. Зміст теоретичних питань та практичних задач комплексу з 30 екзаменаційних білетів повністю охоплює робочу навчальну програму дисципліни та забезпечує перевірку всіх компетентностей здобувача з дисципліни «Бізнес-аналітика», що передбачені програмою. Екзаменаційні білети затверджуються на засіданні кафедри «Менеджменту маркетингу та інформаційних технологій» перед екзаменаційною сесією, не пізніше як за місяць до її початку. Екзаменаційний білет за формою та змістом поділяється на два блоки – теоретичну частину та практичну частину, кожна з яких оцінюється в межах відповідного діапазону оцінок. Теоретична частина містить теоретичних питання та тести, на які необхідно надати письмову відповідь. Практична частина містить практичне завдання – задачу, що потребує рішення.

Якість і повнота відповіді на кожне з питань екзаменаційного білету оцінюється відповідною кількістю балів за шкалою оцінювання згідно прийнятих на кафедрі критеріїв.

Максимальна кількість балів за всіма видами завдань на екзамені дорівнює 40 балів: за теоретичну частину – 2×10 балів = 20 балів; за практичне завдання - $1 \times 20 = 20$.

Загальна підсумкова оцінка з навчальної дисципліни виводиться із суми балів поточної успішності та екзамену.

Х РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ ЗВО

Формою підсумкового контролю знань ЗВО з дисципліни «Бізнес-аналітика» у 5-му семестрі є *екзамен*. ЗВО отримує комплексну оцінку результатів навчання, що здійснюється на основі виконання всіх видів навчальної діяльності, поточного контролю та екзамену:

- 60 балів - результати виконання всіх видів робіт і поточної успішності;
- 40 балів - результати екзамену.

Максимальна кількість - 100 балів.

Таблиця нарахування балів, які отримують здобувачі вищої освіти з навчальної дисципліни «Бізнес-аналітика» у 5-му семестрі з формою підсумкового контролю – екзамен

Поточний контроль та контроль самостійної роботи					
Змістова частина (ЗЧ) №	№ теми змістової частини (Т №)	Аудиторна та самостійна робота			Максимальна сума балів за шкалою ЕКТС
		Лекційне заняття	Практичне заняття	Самостійна робота	
Змістова частина №1	Тема 1	1	2	1	4
	Тема 2	1	2	1	4
	Тема 3	1	2	1	4
Змістова частина №2	Тема 4	1	2	1	4
	Тема 5	1	2	1	4
	Тема 6	1	2	1	4
	Тема 7	1	2	1	4
	Тема 8	1	2	1	4
	Тема 9	1	2	1	4
	Тема 10	1	2	1	4
	Тема 11	1	2	1	4
Змістова частина №3	Тема 12	1	2	1	4
	Тема 13	1	2	1	4

	Тема 14	1	2	1	4
	Тема 15	1	2	1	4
Сума поточного оцінювання					60
Екзамен					40
Підсумкова оцінка					100

Шкала оцінювання

Шкала рейтингу ХДАЕУ	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
90-100	A	Відмінно	зараховано
82-89	B	Добре	
74-81	C		
64-73	D	Задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	Незадовільно	не зараховано
1-34	F	Незадовільно (з обов'язковим повторним вивченням курсу)	

ХІ. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

1. Курс лекцій з предмету «Бізнес-аналітика».
2. Методичні вказівки до виконання практичних робіт з дисципліни «Бізнес-аналітика».
3. Методичні вказівки до самостійного вивчення дисципліни «Бізнес-аналітика».
4. Перелік орієнтовних питань до іспиту.

ХІІ. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Базова

1. Сидорова А. В., Біленко Д. В., Буркіна Н. В. Бізнес-аналітика: навчально-методичний посібник. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса. 2019. 104 с.
2. Том Фоусет, Фостер Провост. Data Science для бізнесу. Як збирати, аналізувати і використовувати дані. К. : Наш Формат, 2019. 400 с.
3. Антонюк О. П., Ступницька Т. М. Економічний аналіз (практикум): посібник. Київ : Патерик, 2021. 320 с.
4. Гончаренко Н. Г. Прийняття обґрунтованих управлінських рішень на підставі економічного аналізу господарської діяльності підприємств. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2020. Вип. 30. С. 52-54. URL: http://www.visnykeconom.uzhnu.uz.ua/archive/30_2020ua/12.pdf.
5. Загальна теорія статистики : підручник / за ред. А. В. Непрана, І. А. Дмитрієва ; авт. кол.: І. А. Дмитрієв, О. А. Дмитрієва, О. М. Гіржева, А. В. Непран, Н. О. Бірченко, А. А. Воронкова, Н. В. Чуйко. – Харків : ПП Іванченка, 2022. – 720 с.
6. Грицаєнко Г. І., Грицаєнко М. І. Аналіз господарської діяльності : навч. посіб. Мелітополь : Люкс, 2021. 260 с. URL: <http://surl.li/clwif>.
7. Дикань В. Л., Токмакова І. В., Овчиннікова В. О. та ін. Економічна діагностика. УкрДУЗТ, 2022. 285 с. URL: <http://lib.kart.edu.ua/handle/123456789/8612>.

8. Мулик Т. О. Аналіз господарської діяльності: навч. посібник. Київ : «Центр навчальної літератури», 2020. 288 с.
9. Паршин Ю. І., Паршина О. А. Основи економічного аналізу: навч. посіб. Дніпро : ФОП Дробязко С.І., 2020. 180 с. URL: <http://er.dduvs.in.ua/handle/123456789/5693>.
- Тютюнник Ю. М., Дорогань-Писаренко Л. О., Тютюнник С. В. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Полтава: Видавництво ПП «Астроя», 2020. 434 с. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/8241>.

Допоміжна

1. Феррарі А. В., Руссо М. К. Аналіз даних за допомогою Microsoft Power BI і Power Pivot для Excel. ДМК Пресс, 2020. 288 с
 2. Дебела І.М. Аналіз методів оцінки формалізованих тенденцій показників економічної динаміки. 2021. №2. С.135–140. DOI: <https://doi.org/10.32847/business-navigator.63-24>.
 3. Дебела І.М. Статистичні оцінки параметрів моделей з адаптивною структурою. ТНВ. Серія: Економіка».2023 №15. С.288-293. DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2023.15.36>
 4. Дебела І.М. Формалізований алгоритм оптимізації процесу прийняття рішення в умовах стохастичної невизначеності. Інфраструктура ринку. Випуск 55/2021, с. 199 – 202. <http://dspace.ksau.kherson.ua/handle/123456789/6821>.
 5. Дебела І.М. Практичні аспекти побудови математичних моделей тенденцій економічної динаміки. ТНВ. Серія: Економіка».2021 №6. С 113-122. DOI <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2021.6.13>.
 6. Debela I. M. Research of optimization management models in conditions of uncertainty and risks. development in the conditions of transformational changes.Lviv-Toruń: Liha-Pres. 2021.P. 115-127. DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-239-8-7>.
 7. Debela I.M. Conceptual model of the management optimization problem ТНВ. Серія: Економіка».2023 №16. С.114-118. DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2023.16.15>.
 8. Debela I. The algorithm of risks identification in the operating model/ ТНВ. Серія: Економіка №19 2024, с 215-220 DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2024.19.26>
 9. Конрад Карлберг. Бізнес-аналіз з використанням Excel. Рішеннябізнес-завдань. К., 2018. 578с.
 10. Кропельницька С.О., Цигилик І.І. А 64 Аналіз і розробка інвестиційних проєктів: Навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2008. – 174 с.
- Економіко-математичне моделювання: Навч. посібник / За заг. ред. В. В. Вітлінського. — К.: КНЕУ, 2008. — 536 с.

ХІІІ. ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. <https://classroom.google.com/c/NzExNzI1Njc1OTYy?cjc=xxz3nyz>
2. <http://www.scientific-library.net> Електронна бібліотека науково-технічної літератури
3. Українська система науково-технічної та економічної інформації. – Режим доступу: <http://www.uintei.kiev.ua/>.
4. Офіційний сайт Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
5. Офіційний сайт Національної бібліотеки України імені Ярослава Мудрого. URL: <https://nlu.org.ua/>
6. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

7. Офіційний сайт Інституту економіки та прогнозування Національної академії наук України. URL: <http://ief.org.ua>.
8. Офіційний сайт Інституту економічних досліджень та політичних консультацій. URL: <http://www.ier.com.ua>.
9. Офіційний сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства. URL: <http://www.me.gov.ua>.
10. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: <http://www.minfin.gov.ua>.
11. Офіційний сайт Національного Банку України. URL: <http://www.bank.gov.ua>.
12. Офіційний сайт Світової організації торгівлі. URL: <https://www.wto.org>.
13. Офіційний сайт «Мережа аналітичних центрів України». URL: <http://www.intellect.org.ua>.
14. Сайт FEACO (Європейська федерація асоціацій консультантів з економіки та управління). URL: <http://www.feaco.org>.
15. Сайт IMC USA (Інститут менеджмент-консультантів США). URL: <http://www.imcusa.org/>