

Опис освітнього компонента вільного вибору

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 1 «Статистика»
Рівень ВО	Перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	075 Маркетинг / Логістика
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	2 курс, 3 семестр, 5 кредитів ЄКТС
Семестровий контроль	Залік
Обсяг годин (усього: з них лекції/практичні)	150 год., з них: лекц. – 10 год., практ. – 20 год.
Мова викладання	Українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Кафедра економіки і торгівлі
Автор ОК	Кандидат економічних наук, доцент кафедри економічних наук Бегун Світлана Іванівна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Знання основ економічної теорії, економічних законів розвитку бізнесу.
Що буде вивчатися	Методологічні засади статистики. Статистичне спостереження. Зведення і групування статистичних даних. Статистичні показники. Середні величини. Статистичне вивчення варіації і форми розподілу. Статистичні методи вимірювання взаємозв'язків. Статистичне вивчення динаміки. Індексний метод. Вибірковий метод
Чому це цікаво/треба вивчати	Статистика є ключовим інструментом для прийняття обґрунтованих рішень, прогнозування тенденцій, аналізу ринкових даних, оптимізації логістичних процесів та оцінки ефективності маркетингових стратегій. Метою освітнього компоненту є глибоке та ґрунтовне засвоєння здобувачами освіти статистичних методів збирання, оброблення та аналізу інформації стосовно соціально-економічних явищ та процесів, які доцільно використовувати в сучасних умовах при проведенні статистичного дослідження.
Чому можна навчитися (результати навчання)	ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

	ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)	Загальні компетенції: 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. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. Фахові компетенції: ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.