

Опис освітнього компонента вільного вибору

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 1 «Основи аналітики даних»
Рівень ВО	Другий (магістерський) рівень
Назва спеціальності / освітньо-професійної програми	D5 Маркетинг / Маркетинг та міжнародна логістика
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	1 курс, 1 семестр, 4 кредити ЄКТС
Семестровий контроль	Залік
Обсяг годин (усього: з них лекції/практичні)	120 год, з них: лекц. – 10 год., практ. – 14 год.
Мова викладання	Українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Економіки і торгівлі
Автор ОК	Кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки і торгівлі Бегун Світлана Іванівна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Відсутні.
Що буде вивчатися	Power BI – комплексне програмне забезпечення бізнес-аналітики (BI). Power BI Desktop. Підключення до даних та робота з ними. Моделювання. Power Query, DAX.
Чому це цікаво/треба вивчати	Power BI дозволяє візуалізувати дані за допомогою різних служб, програм; зводити дані з розрізнених джерел та створювати деталізовані та індивідуалізовані аналітичні дані, а також обмінюватись отриманою інформацією з користувачами. Ви зможете підключатися до різних джерел даних за допомогою Power Query, працювати з даними виконувати необхідні аналітичні розрахунки із застосуванням Power BI Desktop; створювати та управляти зв'язками Power BI, візуальні елементи, гістограми та діаграми: звичайні, нормовані, з накопиченням; проводити фільтрацію даних створювати інтерактивні аналітичні звіти та дашборди. Стати користувачем Power BI (для резюме).
Чому можна навчитися (результати навчання)	P12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.

	P15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення. P16. Проводити діагностику ефективності управління маркетинговими та логістичними системами ринкового суб'єкта в умовах транскордонної взаємодії.
Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)	Загальні компетентності: ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. Фахові (спеціальні) компетентності: СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. СК 10. Здатність планувати, організовувати та оцінювати ефективність логістичної системи.