

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

**СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ**  
**В МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ**  
(назва навчальної дисципліни)

**ЗАВДАННЯ**  
для комплексної контрольної роботи  
з навчальної дисципліни  
підготовки докторів філософії

зі спеціальності **075. «Маркетинг»**  
(шифр і назва спеціальності)

РОЗРОБЛЕНО ТА ВНЕСЕНО:

кафедрою економіки і маркетингу, протокол засідання кафедри №16 від 20.04.2016р.

## 1. ЗАГАЛЬНІ ВІДОМОСТІ

Метою проведення комплексних контрольних робіт (ККР) з навчальної дисципліни «Сучасні інформаційні технології в маркетингових дослідженнях» є заміри залишкових знань здобувачів

Проведення ККР необхідне в наступних випадках:

- а) проведення самоаналізу ВНЗ (в т.ч. акредитаційного);
- б) проведення самоаналізу спеціальності (в т.ч. акредитаційного);
- в) проведення акредитаційної експертизи;
- г) формування акредитаційної справи.

ККР є обов'язковим елементом комплексу матеріалів навчально-методичного забезпечення навчальної дисципліни, яке входить до складу освітньо-наукової програми підготовки здобувачів ступеня доктора філософії по спеціальності 075. «Маркетинг».

ККР є способом діагностики якості вищої освіти.

До виконання ККР залучаються всі здобувачі спеціальності 075. «Маркетинг» всіх форм навчання, після завершення ними вивчення даної дисципліни. У цих заходах мають прийняти участь не менше 90% спискового складу здобувачів, які перевіряються.

ККР з навчальної дисципліни «Сучасні інформаційні технології в маркетингових дослідженнях» розробляється у відповідності до програми навчальної дисципліни.

Пакет ККР з навчальної дисципліни «Сучасні інформаційні технології в маркетингових дослідженнях» включає мінімум 30 варіантів.

Кожен варіант складається з двох теоретичних та одного практичного завдання для контролю теоретичних знань і практичних навичок здобувача.

Максимальна кількість балів, яку може отримати здобувач за виконання всіх завдань комплексної контрольної роботи - 100.

Розподіл балів за виконання кожного завдання ККР наведено у розділі 3.

Тривалість виконання ККР з навчальної дисципліни «Сучасні інформаційні технології в маркетингових дослідженнях» - 90 хвилин.

Пакети ККР розроблено кафедрою економіки і маркетингу.

До складу пакетів ККР входить:

1. Програма навчальної дисципліни.
2. Анотація до комплексної контрольної роботи.
3. Комплексна контрольна робота з дисципліни.
4. Критерії оцінювання виконання завдань комплексної контрольної роботи.
5. Рецензія на комплексну контрольну роботу.
6. Перелік довідкової літератури, використання якої дозволяється при виконанні комплексної контрольної роботи.

Наслідки (результати) виконання ККР з навчальної дисципліни «Сучасні інформаційні технології в маркетингових дослідженнях» є предметом ретельного аналізу кафедрою економіки і маркетингу з метою виявлення недоліків у підготовці здобувачів і розробки заходів по їх усуненню.

## 2. ЗАВДАННЯ ДЛЯ КОМПЛЕКСНИХ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ

### 2.1. Зразок ККР

Теоретичне завдання (2 теоретичні запитання) – 10 балів.

1. Життєвий цикл товару; залежні й незалежні змінні моделі.
2. Якісні й кількісні методи прогнозування попиту.

Практичне завдання (5 балів).

На основі даних про реалізацію товарів однієї товарної групи за кілька періодів (табл. 2.1) визначити фазу життєвого циклу кожного товару за графіком виручки за методом *Polli-Cook*. Зробити висновки щодо використання маркетингової стратегії залежно від стадії життєвого циклу кожного товару.

Таблиця 2.1

### Обсяги реалізації товарів за роками, тис. грн

Товар	Виручка за роками, тис. грн					
	t	t + 1	t + 2	t + 3	t + 4	t + 5
Товар 1	58,5	78,0	73,4	65,0	62,4	63,7
Товар 2	39,0	52,0	52,0	58,5	65,0	61,7
Товар 3	26,7	31,2	19,4	10,4	7,8	9,1
Товар 4	45,5	42,8	58,5	69,5	69,5	71,0
Товар 5	16,0	22,4	25,8	37,9	52,0	54,4
Товар 6	49,4	65,0	63,2	52,8	46,6	47,8

### 2.2. Перелік завдань, які включено до складу ККР

**Теоретичні завдання:**

1. Типізація інформаційних мереж.
2. Класифікація інформаційних мереж за охопленням території.
3. Використання локальних інформаційних мереж.

4. Використання міських інформаційних мереж.
5. Використання глобальних інформаційних мереж.
6. Сутність методу рівномірної оптимальності.
7. Сутність методу справедливого компромісу.
8. Сутність методу згортання критеріїв.
9. Сутність методу головного критерію.
10. Сутність методу ідеальної точки.
11. Сутність критерію Вальда.
12. Сутність критерію оптимізму.
13. Сутність критерію Гурвіца.
14. Сутність критерію Севіджа.
15. Сутність критерію Байеса.
16. Сутність принципу Лапласа.
17. Порядок визначення місткості ринку.
18. Визначення насиченості ринку.
19. Визначення частки ринку.
20. Оцінювання якості й конкурентоспроможності товару.
21. Оцінювання гостроти конкуренції.
22. Визначення стадії життєвого циклу товару.
23. Оцінювання й прогнозування попиту на основі екстраполяції тимчасових рядів.
24. Життєвий цикл товару; залежні й незалежні змінні моделі.
25. Якісні й кількісні методи прогнозування попиту.

#### **Практичні завдання.**

**Завдання 1.** Підприємство має можливість реалізовувати свої товари на трьох різних сегментах ринку (альтернативи). Перед керівництвом ставляться одночасно наступні цілі: мінімізація витрат на рекламу, завоювання максимальної долі ринку та максимальний обсяг продаж протягом планованого періоду. Оцінки витрат на рекламу, обсяг продаж, частки ринку та прибутку залежно від вибору сегмента представлені у табл. 2.2. Необхідно знайти найбільш вигідний сегмент у відповідності із методами рівномірної оптимальності, справедливого компромісу, згортки критеріїв та ідеальної точки.

Таблиця 2.2

#### **Оцінки реалізації продукції підприємства на сегментах ринку**

Альтернативи	Цілі (критерії)
--------------	-----------------

(сегменти ринку)	Витрати на рекламу, грош.од.	Доля ринку, %	Обсяг продаж, од.	Прибуток, грош. од.
1 сегмент	8	45	92	182
2 сегмент	11	40	87	172
3 сегмент	7	50	82	167

**Завдання 2.** На основі даних про реалізацію товарів однієї товарної групи за кілька періодів (табл. 2.3) визначити фазу життєвого циклу кожного товару за графіком виручки за методом *Polli-Cook*. Зробити висновки щодо використання маркетингової стратегії залежно від стадії життєвого циклу кожного товару.

Таблиця 2.3

### Обсяги реалізації товарів за роками, тис. грн

Товар	Виручка за роками, тис. грн					
	t	t + 1	t + 2	t + 3	t + 4	t + 5
Товар 1	58,5	78,0	73,4	65,0	62,4	63,7
Товар 2	39,0	52,0	52,0	58,5	65,0	61,7
Товар 3	26,7	31,2	19,4	10,4	7,8	9,1
Товар 4	45,5	42,8	58,5	69,5	69,5	71,0
Товар 5	16,0	22,4	25,8	37,9	52,0	54,4
Товар 6	49,4	65,0	63,2	52,8	46,6	47,8

### 3. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ КОМПЛЕКСНИХ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ

Виконання кожного завдання комплексної контрольної роботи оцінюється відповідно до Тимчасового положення "Про порядок оцінювання результатів навчання студентів за накопичувальною бально-рейтинговою системою" ХНЕУ ім. С. Кузнеця (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

#### Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку

90 – 100	A	відмінно	зараховано
82 – 89	B	добре	
74 – 81	C		
64 – 73	D	задовільно	не зараховано
60 – 63	E		
35 – 59	FX	незадовільно	
1 – 34	F		

Розподіл балів за виконання завдань комплексної контрольної роботи наведено в табл. 3.2.

Таблиця 3.2

### Розподіл балів за завданнями для комплексних контрольних робіт

Завдання ККР (у кожному варіанті)	Комплексна контрольна робота		Сума балів
	ЗККР1	ЗККР2	
Максимальна кількість балів	50	50	100

ЗККР – завдання для комплексної контрольної роботи.

#### *Критерії оцінки виконання завдань ККР.*

Теоретичне завдання оцінюється в 50 балів (по 25 балів за кожен обґрунтовану відповідь на запитання).

Практичне завдання оцінюється наступним чином:

10 балів – за правильне подання та використання методичного апарату, зокрема методу *Polli-Cook*;

20 балів – за арифметичну правильність розрахунків;

30 балів – за охайність подання результатів;

40 балів – за наявність пояснень щодо алгоритму розрахунку показників.

50 балів – за наявність і ґрунтовність висновку.

При цьому, якщо при виконанні будь-якого ЗККР допущена незначні помилки, але вірний хід роботи, то максимальна оцінка за таке ЗККР зменшується на 1-2 бали, при наявності значних помилок, або виконання тільки частини певного ЗККР максимальна оцінка за таке ЗККР зменшується на 5-10 балів. У разі якщо завдання не вирішена здобувач отримує за нього 0 балів.

Оцінки за цією шкалою заносяться до відомостей зрізу залишкових знань здобувачів та іншої академічної документації.

## 4. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### 4.1. Основна

1. Балдин К. В. Информационные системы в экономике / К. В. Балдин. – М. : ИТК "Дашков и К°", 2009. – 394 с.
2. Граничин О. Н. Информационные технологии в управлении : учеб. пособ. / О. Н. Граничин, В. И. Кияев. – М. : Интернет-Университет Информационных Технологий ; БИНОМ. Лаборатория знаний, 2008. – 336 с.
3. Информационные технологии в маркетинге : учебник для вузов / Г. А. Титоренко, Г. Л. Макарова, Д. М. Дайитбегов и др. ; [под ред. проф. Г. А. Титоренко. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 335 с.
4. Інформаційні системи в економіці / за ред. В. С. Пономаренко. – К. : Академія, 2002. – 542 с.
5. Косенков С. І. Маркетингові дослідження : [навч. посіб.] / С. І. Косенков. – К. : Скарби, 2004. – 464 с.
6. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Ж.-Ж. Ламбен ; [пер. с англ. и ред. В. Б. Колчанов]. – СПб. : Питер, 2005. – 800 с.
7. Макаренко Т. І. Моделювання та прогнозування у маркетингу : навч. посіб. / Т. І. Макаренко. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 160 с.
8. Маркетинг : навч. посіб. / П. А. Орлов, С. І. Косенков, Т. П. Прохорова та ін. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2012. – 528 с.
9. Моторин Р. М. Статистика. Збірник індивідуальних завдань з використанням Excel : навч.-метод. посіб. для самостійного вивчення / Р. М. Моторин, Е. В. Чекотовский. – К. : КНЕУ, 2005. – 268 с.
10. Пінчук Н. С. Інформаційні системи і технології в маркетингу : навч. посіб. / Н. С. Пінчук, Г. П. Галузинський, Н. С. Орленко. – К. : КНЕУ, 1999. – 328 с.
11. Прохорова Т. П. Маркетингова цінова політика : навч. посібн. / Т. П. Прохорова, О. В. Гронь. – Х. : ХНЕУ, 2006. – 162 с.
12. Успенский И. В. Интернет-маркетинг : учебник / И. В. Успенский. – СПб. : Изд-во СПГУЭиФ, 2003. – 236 с.

### 4.2. Додаткова

13. Гаспариан М. С. Информационные системы : учеб. пособ. / М. С. Гаспариан. – М. : МЭСИ, 2002. – 33 с.



14. Годин В. В. Управление информационными ресурсами / В. В. Годин, И. К. Корнеев. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 352 с.
15. Грабауров В. А. Информационные технологии для менеджеров / В. А. Грабауров. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 368 с.
16. Гужва В. М. Інформаційні системи і технології на підприємствах : навч. посібн. / В. М. Гужва. – К. : КНЕУ, 2001. – 400 с.
17. Гужва В. М. Інформаційні системи в міжнародному бізнесі : навч. посібн. / В. М. Гужва, А. Г. Постєвой. – К. : КНЕУ, 1999. – 164 с.
18. Гультяев А. К. MS Project 2002. Управление проектами. Русифицированная версия: самоучитель / А. К. Гультяев – Спб. : КОРОНА принт, 2003. – 592 с.
19. Деордица Ю. С. Компьютерные технологии в маркетинге / Ю. С. Деордица, В. Т. Савченко. – Луганск : ВУГУ, 1998. – 238 с.
20. ДСТУ 2938-94. Системи оброблення інформації. Основні поняття. Терміни та визначення. – К. : Держстандарт України, 1995. – 32 с.
21. ДСТУ 2941-94. Системи оброблення інформації. Розроблення систем. Терміни та визначення. – К. : Держстандарт України, 1995. – 20 с.
22. Елиферов В. Г. Бизнес-процессы: Регламентация и управление : учебник / В. Г. Елиферов, В. В. Репин. – М. : ИНФРА-М, 2004. – 320 с.
23. Єрємона Н. В. Банківські інформаційні системи : навч. посіб. / Н. В. Єрємона. – К. : КНЕУ, 2000. – 270 с.
24. Журавлева И. В. Технология автоматизированной обработки экономической информации / И. В. Журавлева. – Х. : ХГЭУ, 2000. – 112 с.
25. Имери В. Как сделать бизнес в Internet / В. Имери. – К. : Диалектика, 1997. – 256 с.
26. Информационные системы в экономике : учебник / под ред. В. В. Дика. – М. : Финансы и статистика, 1996. – 272 с.
27. Информационные технологии в бизнесе : энциклопедия / под ред. М. Желены ; [пер. с англ.]. – СПб. : Питер, 2002. – 1 120 с.
28. Івахненко С. В. Інформаційні технології в організації бухгалтерського обліку та аудиту : навч. посіб. / С. В. Івахненко. – К. : Знання Прес, 2003. – 349 с.
29. Калберг К. Бизнес-анализ с помощью Excel / К. Калберг ; пер. с англ. – К. : Диалектика, 1997. – 448 с.
30. Кальянов Г. Н. CASE-технологии. Консалтинг в автоматизации бизнес-процессов / Г. Н. Кальянов. – М. : Горячая линия – Телеком, 2002. – 320 с.

31. Карминский А. М. Информатизация бизнеса / А. М. Карминский, А. С. Карминский, В. П. Нестеров и др. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 624 с.
32. Орлов П. І. Інформаційні системи та технології в управлінні, освіті, бібліотечній справі / П. І. Орлов, О. М. Луганський. – Х. : Вид. "Прометей-Прес", 2002. – 292 с.
33. Павленко Л. А. Корпоративні інформаційні системи : навч. посіб. / Л. А. Павленко. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2003. – 260 с.
34. Пайрон Т. Использование Microsoft Project 2002. Специальное издание / Т. Пайрон. – М. : Диалектика, 2004. – 1 184 с.
35. Петров В. Н. Информационные системы / В. Н. Петров. – СПб. : Питер, 2002. – 688 с.
36. Проектирование экономических информационных систем : учебник / Г. Н. Смирнова, А. А. Сорокин, Ю. Ф. Тельнов ; [под ред. Ю. Ф. Тельнова. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 512 с.
37. Рубан В. В. Переваги та недоліки системи дистанційного навчання Moodle / Рубан В. В. // Дистанційна освіта: стан і перспективи для технічних спеціальностей : збірник тез доповідей. – Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2012. – С. 44–46.
38. Саттон М. Корпоративный документооборот: принципы, технологии, методология внедрения / М. Саттон. – СПб. : Азбука, 2002. – 430 с.
39. Ситник В. Ф. Основи інформаційних систем / В. Ф. Ситник, Т. А. Писаревська, Н. В. Єрємона та ін. – К. : КНЕУ, 1997. – 252 с.
40. Ситник В. Ф. Телекомунікації в бізнесі : навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / В. Ф. Ситник, І. А. Козак. – К. : КНЕУ, 1999. – 204 с.
41. Терещенко Л. О. Інформаційні системи і технології обліку : навч. посіб. / Л. О. Терещенко, І. І. Матвієнко-Зубенко. – К. : КНЕУ, 2005. – 187 с.
42. Холодний Г. О. Організаційно-економічний механізм реалізації товарної інноваційної політики / Г. О. Холодний, М. А. Борисенко. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2009. – 196 с.
43. Шафер Д. Ф. Управление программными проектами: достижение оптимального качества при минимуме затрат / Д. Ф. Шафер, Р. Т. Фатрел, Л. И. Шафер. – М. : Изд. дом "Вильямс", 2003. – 1 136 с.
44. Экономическая информатика / под ред. проф. В. В. Евдокимова. – СПб. : Питер, 1997. – 592 с.

### **4.3. Ресурси Інтернет**

45. Журнал "Информационные технологии. Аналитические материалы" [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://it.ridne.net>
46. Регіони України : статистичний щорічник [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).
47. Статистика України : науковий журнал [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).