



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «БІЗНЕС-РОЗВІДКА» (Business Intelligence)

Компонента освітньої програми – вибіркова (4 кредити)

Освітньо-професійна програма	Маркетинг
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Рівень вищої освіти	Другий(магістерський)
Мова навчання	українська
Профайл викладача	Буднікевич Ірина Михайлівна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку https://mmix.chnu.edu.ua/kafedra/spivrobotnyky/budnikevych-iryna-mykhailivna/
Контактний тел.	+38 0372509465
E-mail:	i.budnikevich@chnu.edu.ua
Сторінка курсу в Moodle	
Консультації	вівторок з 13.00 до 15.00

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Вибірковий курс «Бізнес-розвідка» (Business Intelligence) орієнтований на формування у магістрів з маркетингу знань, умінь і навичок із збору, систематизації, аналізу та інтерпретації інформації для прийняття стратегічних і тактичних маркетингових та управлінських рішень у сфері бізнесу. Курс розкриває концепції, методи та інструменти конкурентної і маркетингової розвідки, аналітики даних, використання сучасних цифрових технологій та інформаційних систем для моніторингу ринку, споживачів і конкурентного середовища. Основна увага приділяється методам збору та аналізу відкритої й внутрішньої інформації, технологіям обробки великих масивів даних для маркетингових досліджень, методам визначення трендів та тенденцій розвитку ринкових ситуацій, застосуванню бізнес-розвідки для підвищення конкурентоспроможності підприємства.

У результаті вивчення дисципліни здобувачі вищої освіти набудуть здатності розробляти інформаційні звіти, аналітичні записки, формувати

інсайти на основі даних, використовувати бізнес-розвідку як інструмент підтримки стратегічного маркетингового управління.

Мета навчальної дисципліни «Бізнес-розвідка» – сформувати у здобувачів знання та практичні навички зі збору, аналізу й інтерпретації інформації про ринок, споживачів і конкурентів, а також опанування сучасних дослідницьких та аналітичних інструментів для підтримки ефективних маркетингових і управлінських рішень.

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

Тема 1. Вступ до бізнес-розвідки в маркетингу
Тема 2. Інформаційні ресурси, джерела даних, методи збору та моніторингу інформації
Тема 3. Управління даними та бізнес-аналітика у бізнес-розвідці
Тема 4. Інструменти бізнес-розвідки (BI systems)
Тема 5. Маркетингова розвідка
Тема 6. Конкурентна розвідка
Тема 7. Конфіденційність даних, етика та правові аспекти бізнес-розвідки
Тема 8. Тренди та перспективи розвитку бізнес-розвідки в умовах цифровізації маркетингу
Тема 9. Застосування AI у бізнес-розвідці
Тема 10. Практичне застосування бізнес-розвідки у маркетингу (кейс-стаді, проекти та капстоун)

ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ, ФОРМИ ТА МЕТОДИ НАВЧАННЯ

МН1 – словесні методи (лекція, дискусія, бесіда, консультація тощо).

МН2 – кейс-метод.

МН3 – ділові гри або інші ігрові методики, зокрема маркетингові симуляції.

МН4 – проектні завдання, капстоун (індивідуальні та командні проекти).

МН5 – методи візуалізації результатів для представлення навчального матеріалу та результатів виконаних завдань.

МН6 – робота з інформаційними ресурсами.

МН7 – самостійна робота для виконання індивідуальних завдань.

МН9 – участь у тренінгах і майстер-класах від запрошених експертів для практичного ознайомлення з маркетинговими інструментами.

МН10 – реферативні та пошукові дослідження, написання аналітичних звітів на основі вивчення літератури чи ринкових даних.

МН 12 – інтерактивні технології.

МН13 – вивчення вітчизняних практик.

МН 14 – інтеграція міжнародних практик, вивчення глобальних маркетингових стратегій і їх адаптація до національного чи локального контексту.

МН17 – неформальна освіта, участь у онлайн-курсах, вебінарах або самостійне вивчення актуальних маркетингових трендів.

МН21 – робота з програмним забезпеченням для аналізу даних.

МН24 – пітчінг перед однокурсниками, викладачами чи стейкхолдерами.

МН 25 – інші види індивідуальних та групових завдань.

ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

МО1 – презентація самостійних робіт за індивідуальними завданнями.

МО2 – оцінювання результатів аналізу бізнес-кейсів, обґрунтування маркетингових рішень,

результатів досліджень.

МО3 – оцінка письмових робіт (аналітичних звітів, рефератів, есе, реферативних описів).

МО5 – оцінювання творчих (креативних) проєктів, капстоуна.

МО6 – оцінювання результатів ділових ігор.

МО7 – оцінювання командних проєктів.

МО8 – створення та захист власного маркетингового кейсу на основі реальних чи гіпотетичних даних.

МО10 – підсумковий контроль – екзамен.

МО13 – зарахування результатів неформальної освіти, оцінювання сертифікатів онлайн-курсів, участі у вебінарах чи інших формах неформального навчання.

МО15 – оцінювання презентацій у форматі пітчінгу.

МО16 – оцінювання цифрових навичок, роботи з аналітичними інструментами.

МО17 – виконання практичних завдань у реальних або змодельованих умовах.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання програмних результатів навчання здобувачів освіти здійснюється за шкалою європейської кредитно-трансферної системи (ECTS).

ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні навчальної дисципліни регламентовано такими документами:

- «Етичний кодекс Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича». URL: <https://www.chnu.edu.ua/media/jxdfs0zb/etychnyi-kodeks-chernivets-koho-natsionalnoho-universytetu.pdf> ;
- «Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університету імені Юрія Федьковича». URL: <https://www.chnu.edu.ua/media/n5nbzwgb/polozhennia-chnu-pro-plahi-at-2023-plusdodatky-31102023.pdf>

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Академічні ресурси: Репозиторій академічних статей, таких як Google Scholar або ResearchGate, для пошуку актуальних наукових досліджень та публікацій з проблематики стратегічного маркетингу.
2. 2025 Global Meetings and Events Forecast. URL: <https://www.amexglobalbusinesstravel.com/meetings-events/me-forecast/>
3. Brandwatch – Digital Marketing Trends 2025. URL: <https://www.brandwatch.com/reports/digital-marketing-trends-2025/>
4. Digital Marketing Trends For 2025 And Beyond. URL: <https://www.forbes.com/councils/forbesbusinesscouncil/2024/11/13/digital-marketing-trends-for-2025-and-beyond/>
5. Global Consumer Trends 2025. Explore the latest global consumer Insight and Inspiration for CPG Marketers and Innovators. URL: <https://www.innovamarketinsights.com/trends/consumer-trends-2025/>
6. Influencer Marketing Benchmark Report 2025. URL: <https://influencermarketinghub.com/influencer-marketing-benchmark-report/>
7. Influencer marketing guide for 2025: strategies, trends & tools. URL: <https://dmexco.com/stories/influencer-marketing-guide-for-2025-strategies-trends-tools/>
8. Marketing Trends 2025. URL: <https://www.kantar.com/campaigns/marketing-trends>

9. Marketing Trends of 2025. Embracing change and gearing up for the future. URL: <https://www.deloittedigital.com/nl/en/insights/perspective/marketing-trends-2025.html>
10. Pinterest – Predicts Report 2025. URL: <https://business.pinterest.com/ru/pinterest-predicts/>
11. Retail Trends 2025. URL: <https://www.deloitte.com/dk/en/Industries/consumer/perspectives/retail-trends.html>
12. Social Media Trends 2025. URL: https://www.hootsuite.com/research/social-trends?srsltid=AfmBOoqHNewnMOlShXfG8tL-CO_12Z3qmswATm90GGbGAK3hQ0dCtgGu
13. State of the Consumer 2025: When disruption becomes permanent. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/state-of-consumer>
14. The 2025 State of Marketing Report. URL: <https://www.hubspot.com/state-of-marketing>
15. The Marketer’s Toolkit 2025. URL: <https://www.warc.com/content/feed/introducing-the-marketers-toolkit-2025/10060>
16. The State of Influencer Marketing 2025. URL: <https://www.aspire.io/guides/the-state-of-influencer-marketing-2025>
17. Курс: OSINT — розвідка з відкритих джерел та інформаційна безпека. URL: <https://prometheus.org.ua/prometheus-free/osint-open-source-intelligence/>
18. Онлайн-курс з пошуку інформації з відкритих джерел «OSINT. Робота з реєстрами». URL: <https://uacourses.youcontrol.academy/course/osint-analiz-rejestriv/>
19. Онлайн курс «Методи конкурентної розвідки за допомогою OSINTу». URL: <https://uacourses.youcontrol.academy/course/metodi-konkurentnoyi-rozvidki-osint/lesson/vstup>
20. Онлайн курс «Як шукати інформацію в Інтернеті». URL: <https://uacourses.youcontrol.academy/course/yak-sukati-informaciyu-v-interneti-rozsirenii-posuk/lesson/vstup>
21. Офіційний сайт Української асоціації маркетингу. URL: www.uam.kneu.kiev.ua/
22. Інтернет-архів. URL: <https://archive.org/>
23. https://en.wikipedia.org/wiki/SWOT_analysis

Детальна інформація щодо вивчення курсу

«Бізнес-розвідка»

висвітлена у робочій програмі навчальної дисципліни

<https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1sMJSQ82IfK7O8KZVggzVFed67CdvFkgT>