

ВСТУП ДО СИСТЕМНОГО АНАЛІЗУ

1. Мета, основні завдання та предмет дисципліни

Системний аналіз є важливим елементом підготовки сучасних спеціалістів практично будь-якого напрямку. Вона узагальнює методологію, методи та практичні прийоми дослідження складних соціальних, економічних, технічних і природних систем. Вивчення дисципліни сформує у студентів світогляд, що базується на практичній діалектиці та дозволяє систематизовано підійти до засвоєння загальнонаукових і спеціальних дисциплін, сприяє подоланню недоліків вузької спеціалізації, посиленню міждисциплінарних зв'язків, розвитку системного мислення.

Предметом (що буде вивчатися) вивчення пропонованого курсу є історія, теорія та практика системного аналізу.

Метою викладання дисципліни є вивчення навчальної дисципліни є забезпечення майбутніх фахівців з маркетингу і вміннями використання системного підходу і системного аналізу для проектування, впровадження і експлуатації автоматизованих інформаційних і управлінських систем маркетингу.

Завданнями вивчення дисципліни полягає в:

- поглибленні знань і вмінь із системного підходу і системного аналізу;
- використанні методик системного аналізу під час проектування, впровадження і експлуатації автоматизованих інформаційних і управлінських систем маркетингу.

Мова викладання: українська

Протяжність: 1 семестр

Семестровий контроль: залік

Вимоги до початку навчання: бажання вчитися й логічне та критичне мислення, знання основ статистики

2. Професійні компетенції, очікувані результати навчання

Мотивація (чому це цікаво/треба вивчати?): Системний аналіз характеризується упорядкованим, логічним обґрунтованим підходом до вивчення проблем та використання існуючих методів їх розв'язання. Одна із задач системного аналізу полягає у розкритті змісту проблем, що виникають перед людиною, яка приймає рішення, настільки, щоб їй були очевидні всі основні наслідки та їх можна було передбачити у своїх діях. Системний аналіз допомагає відповідальному за прийняття рішення більш обґрунтовано підійти до оцінки можливих варіантів дій і вибрати найкращий з них.

В процесі опанування навчальної дисципліни здобувач вищої освіти набуває таких загальних та професійних компетентностей:

Загальні компетентності (що важливо для особистого розвитку):

- здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;
- знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності;
- здатність проведення досліджень на відповідному рівні;
- навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

Спеціальні компетентності (як можна користатися набутими знаннями і уміннями):

– здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності;

– здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухвалення маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності;

– здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків;

– здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

Очікувані результати навчання (чому можна навчитися):

– збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного а методичного інструментарію;

– використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію;

– оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень;

– демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта;

– виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним;

– відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької діяльності та управлінської ініціативи;

– відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

3. Тематичний план дисципліни

Тема 1. Системне мислення – шляхи розвитку і сучасний стан

Тема 2. Системи, їх види та властивості

Тема 3. Цикл життя систем

Тема 4. Моделі систем і моделювання

Тема 5. Сутність і принципи системного підходу

Тема 6. Зміст системного аналізу

Тема 7. Логічні основи системного аналізу

Тема 8. Методологія і методика системного аналізу

Тема 9. Методика "м'яких" систем П.Чекленда

Тема 10. Етапи методики "м'яких" систем

4. Дисципліна викладається: кафедрою економіки та управління бізнесом

5. Викладацький склад

Юськів Б.М., доктор політичних наук, кандидат економічних наук

6. Основна література

1. Катренко А.В. Системний аналіз: підручник. Львів: Новий світ-2000, 2011. 396 с.
2. Роїк О.М., Шиян А.А, Нікіфорова Л.О. Системний аналіз: навч. посібник. Вінниця: ВНТУ, 2015. 83 с.
3. Федоров М.В., Хренов О.М. Системний аналіз: конспект лекцій. Харків: ХНУМГ ім. О. Бекетова, 2018. 62 с.

7. Інформаційне забезпечення

Навчальні матеріали, наукові статті, завдання та кейси виконання завдань, інтернет-сайт з інформаційними матеріалами, завданнями і тестові завданнями в системі управління навчанням Moodle.