

ЕКОНОМЕТРИЧНІ МОДЕЛІ ЕКОНОМІКИ

1. Мета, основні завдання та предмет дисципліни.

Мета навчальної дисципліни полягає у формуванні у майбутніх фахівців напряму підготовки „Менеджмент” фундаментальних знань з побудови економетричних моделей економіки, які характеризують кількісні взаємозв'язки між економічними величинами.

Завдання навчальної дисципліни:

- ознайомлення із основними економетричними методами та моделями;
- вивчення основних підходів до побудови економетричних моделей;
- набуття вмінь та навичок використання економетричних моделей у практиці управління економічними процесами на різних ієрархічних рівнях національної економіки.

Предмет дисципліни – кількісне оцінювання залежностей та взаємозв'язків між економічними величинами у практиці побудови економетричних моделей для прогнозних розрахунків при прийнятті управлінських рішень.

2. Загальні, фахові компетентності, програмні результати навчання.

Згідно з вимогами Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» та освітньо-професійної програми «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти РДГУ дисципліна забезпечує набуття здобувачами вищої освіти загальних, фахових компетентностей та отримання програмних результатів навчання.

Загальні компетентності:

ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК 4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

Фахові компетентності:

СК 2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

СК 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

СК 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

Очікувані результати навчання:

Р 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

Р 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

Р 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження

маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

Р 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

3. Тематичний план дисципліни.

| |
|--|
| Тема 1. Вступ. Поняття економетричної моделі. |
| Тема 2. Побудова лінійної економетричної моделі. |
| Тема 3. Використання МНК для побудови моделі множинної регресії. |
| Тема 4. Гетероскедастичність. |
| Тема 5 Автокореляція залишків. |
| Тема 6 Системи одночасних регресій. |
| Тема 7. Мультиколінеарність. |
| Тема 8. Приклади класичних економетричних моделей. |

4. Дисципліна викладається кафедрою менеджменту.

5. Викладацький склад: Микитин Т. М., к.т.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту.

6. Основна література:

1. Наконечний С. І., Терещенко Т. О., Романюк Т. П. Економетрія: навч. посіб. К.: КДЕУ, 2006.

2. Толбатов Ю. А. Економетрика: підручник для студентів. Тернопіль: Підручники і посібники, 2008.