

РЕЦЕНЗІЯ НА НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК  
«Аналітика в маркетингу»  
Яшкіної О.І.

За останні кілька років маркетинг перетворився з творчої компетенції, яка багато в чому залежить від інтуїції і таланту, в поєднання таланту з аналітичної дисципліною, що дозволяє майже миттєво аналізувати поточні дані і отримувати точні, кількісні оцінки прогнозованого майбутнього. Формалізовані і наукові методи завойовують лідируючі позиції в побудові стратегій. Сьогодні в онлайн-маркетингу вартість ліда (CPL) є базовою вартістю для аналізу рентабельності інвестицій в маркетинг. Інтернет-маркетологи можуть використовувати дані з CRM або автоматизованих систем продажів (SFA), в поєднанні з платформою автоматизації маркетингу, аналізувати ефективність кампанії на основі електронної пошти.

Вимоги ринку до фахівців з аналітики у відділі маркетингу сьогодні містять перелік знань та вмій щодо роботи з великими масивами інформації, застосування складних методів статистичного аналізу, побудови моделей в умовах реального часу, вміння отримувати достовірні прогнози. Все це вимагає від освітніх програм нових підходів до викладання основ аналітики в маркетингу, впровадження сучасних технологій аналізу маркетингової інформації та розробки навчально-методичних матеріалів, які відповідають реаліям часу.

Навчальних посібник складається з двох концептуальних розділів – офлайн та онлайн аналітики. В розділі з оффлайн аналітики увагу акцентовано на статистичних методах аналізу маркетингової інформації, які є базовими для маркетолога-аналітика. До них віднесено: одновимірний аналіз, кореляційно-регресійний аналіз, аналіз трендів, аналіз сезонності, багатовимірний регресійний аналіз. Також, увагу приділено моделюванню та прогнозуванню у важливих сферах маркетингової діяльності: ціноутворення, збут, комунікації.

В розділі онлайн аналітики особливу увагу приділено формулюванню її цілей та завдань, наведено перелік показників ефективності та їх розрахунки. В розділі розглянуто функціонал та взаємозв'язок інструментів інтернет-маркетингу, за якими здійснюється наскрізна аналітика. Це такі інструменти, як Google Analytics, Google Ads Analytics, Google Tag Manager, Google Optimize Tag.

На наш погляд, навчальний посібник вдало поєднує теоретичний та практичний матеріал. В ньому наведено найбільш важливі методи, методика та програмні продукти, знання яких необхідне для успішної роботи маркетинг-аналітика в сучасній компанії. Навчальний посібник містить сучасний досвід практики щодо аналізу

маркетингової інформації, моделювання та прогнозування, практичні приклади та задачі. В цьому напрямку навчальний посібник має завершений характер.

Навчальний посібник «Аналітика в маркетингу» автора Яшкіної О.І. відповідає стандарту вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 07 – Управління та адміністрування, спеціальність 075 – Маркетинг. Може бути рекомендований Вченою радою як навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів та рекомендується до видання.

Рецензент:

Завідувач кафедри промислового маркетингу  
НТУУ «Київський політехнічний інститут  
імені Ігоря Сікорського»,  
доктор фізико-математичних наук, професор

С.О.Солнцев