**(Ф 21.01 - 02)**

|  |  |
| --- | --- |
| **04_b** | **Силабус навчальної дисципліни**  **«Аналітичний геомаркетинг»**  **Спеціальність: 193 Геодезія та землеустрій**  **Галузь знань: 19 Архітектура та будівництво** |
| **Рівень вищої освіти** | Другий (бакалаврський) |
| **Статус дисципліни** | Професійно-орієнтована навчальна дисципліна вибіркового компонента |
| **Курс** | 4 (четвертий) |
| **Семестр** | 8 (восьмий) |
| **Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/загальна кількість годин** | 4 кредити/120 годин |
| **Мова викладання** | Українська |
| **Що буде вивчатися (предмет вивчення)** | Вивчення дисципліни передбачає оволодіння теоретичною сукупністю знань та вмінь, що формують профіль фахівця в області геоінформаційних технологій та теорії автоматизованих геоінформаційних систем. |
| **Чому це цікаво/треба вивчати (мета)** | Курс спрямований на розвиток у студентів навичок критичного мислення, та дозволяє розкрити сучасні наукові методи дослідження природних ресурсів, засвоїти технології геомаркетингу, оволодіти основними правилами захисту інформації й забезпечення геоінформаційної безпеки. Оволодіння математичними методами в геології, розробка локальних і територіальних проблемно-орієнтованих мереж геологічної інформації з наступною їх адаптацією у національній та світовій інформаційній мережі, створення математичної теорії розвитку Землі, освоєння технологій геомаркетингу. |
| **Чому можна навчитися (результати навчання)** | Набуті знання з використання геоінформаційних технологій в аналітичному геомаркетингу дозволяють розв’язувати складні практичні проблеми під час вирішення завдань з моделювання та аналізу просторових процесів та явищ. Створювати інформаційне забезпечення та комп’ютерні технології для геологічних, структурно-тектонічних, геофізичних досліджень. Самостійно проводити систематизацію геологічної інформації для вирішення задач картування, прогнозу та пошуку корисних копалин. |
| **Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)** | Набуті знання з використання геоінформаційних технологій в логістиці дозволяють розв’язувати складні практичні проблеми під час вирішення завдань пов’язаних з аналізом геофізичних явищ за допомогою ГІС. Здатність використовувати знання з інформаційного забезпечення та комп’ютерних технологій для геологічних, структурно-тектонічних, геофізичних досліджень. |
| **Навчальна логістика** | **Зміст дисципліни:**  Основні функції геоінформаційного комплексу QGIS. Створення векторних шарів: точкова, лінійна та полігональна теми. Управління атрибутивними даними. Класифікація за атрибутивними даними.  Особливості та види геомаркетингу. Аналіз «гарячих» осередків скупчень з використанням точкових даних (CSV). Створення теплокарти на прикладі епіцентрів землетрусів. Знайомство з модулем Аналіз точок у полігоні. Аналіз просторового розподілу точкових об’єктів методом найближчого сусіда. Створення зв’язків між окремими таблицями. Геомаркетингові дослідження. Збір просторової інформації. Цифрова модель рельєфу. Цифрова модель рельєфу. Морфологічний аналіз. Ре-класифікація растру. Створення цифрової моделі рельєфу за допомогою точкових даних (CSV).  **Види занять:** лекції, практичні  **Методи навчання:** навчальна дискусія, онлайн  **Форми навчання:** очна |
| **Пререквізити** | Знання з геоінформаційного аналізу, геопросторових баз даних, навігаційних супутникових систем, загальні та фахові знання, отримані на другому (бакалаврському) рівні вищої освіти. |
| **Пореквізити** | Отримані знання можуть бути використані під час написання бакалаврської роботи. |
| **Інформаційне забезпечення**  **з репозитарію та фонду НТБ НАУ** | **Науково-технічна бібліотека НАУ:**   1. Бойчук І.В., Музика О.М. Інтернет в маркетингу: підручник. К. : Центр учбової 2. літератури, 2010. 512 с. 2. Буднікевич І.М. Маркетинг у галузях і сефрах діяльності. ЦУЛ, 3. 2017. 536 с. 3. Воронюк Антон, Полищук Александр Актуальный интернет-маркетинг. К. : 4. «Агентство «IPIO», 2018. 160 с. 4. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. 5. К : КМ-Букс. 2018. 208 с. 5. Морохова В. О., Бойко О.В., Лорві І.Ф. Рекламний менеджмент 6. [Текст]: навч. посіб. Луцьк : Вежа-Друк, 2018. 234 с. |
| **Локація та матеріально-технічне забезпечення** | аудиторія теоретичного та практичного навчання (комп’ютерний клас), проектор |
| **Семестровий контроль, екзаменаційна методика** | залік, тестування |
| **Кафедра** | кафедра аерокосмічної геодезії |
| **Факультет** | факультет екологічної безпеки, інженерії та технологій |
| **Викладач(і)** | **ІЩЕНКО МАРИНА ВІКТОРІВНА**  **Посада:** доцент  **Вчене звання:** старший дослідник  **Науковий ступінь:** кандидат фізико-математичних наук  **Профайл викладача:** http://www.nas.gov.ua/UA/PersonalSite/Pages/default.aspx?PersonID=0000005070  **Тел.:** (044) 406-79-95  **E-mail:** marina at mao.kiev.ua  **Робоче місце: 3.508** |
| **Оригінальність навчальної дисципліни** | Авторський курс |
| **Лінк на дисципліну** |  |