



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ І ТЕХНОЛОГІЇ У МАРКЕТИНГУ»

Галузь знань			07 «Управління і адміністрування»		Освітній рівень	бакалавр		Мова викладання
Спеціальність			075 «Маркетинг»		Семестр	4		українська
Освітньо-професійна програма			«Маркетинг»		Статус	обов'язкова		
Факультет			Економіки і менеджменту		Кафедра	Менеджмент		
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:					
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка	Вид контролю
	6	180	36	-	36	-		Іспит

ВИКЛАДАЧІ

Контактна інформація для зв'язку з викладачем: - місцезнаходження робочого місця викладача : ДДМА, ІІ корпус, кафедра «Менеджмент», ауд. 2426;
- робочий телефон: 062-641-68-85, menegment2426@gmail.com, managment@dgma.donetsk.ua; **Дні занять та консультацій:** за поточним розкладом



Фоміченко Інна Петрівна

Кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту. Досвід роботи - 24 роки.
Автор понад 50 наукових та навчально-методичних праць, в тому числі 9 монографій з актуальних проблем економіки та управління.
Провідний лектор з дисциплін: «Маркетинг», «Управління попитом», «Стратегії підприємства».
Е - mail робітник: inna_fomichenko@ukr.net;
Никнейм в Skype: [Inna Fomichenko](#).



Сташкевич Ігор Ігорович

Доцент кафедри менеджменту (сумісник)
Досвід роботи - 20 років.
Автор понад 25 публікацій, із них 20 наукових та 5 навчально-методичного характеру, в тому числі 20 в фахових виданнях.
Співавтор 4 монографій.
Секретар Краматорської міської ради
Е - mail робітник: stashkevich_dgma@ukr.net

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	1. Новітні інформаційні технології. 2. Макро-та мікроекономіка 3. Менеджмент. 4. Маркетинг
Освітні компоненти для яких є базовою	Кваліфікаційна робота бакалавра

Компетенції відповідно до освітньо-професійної програми

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)	Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетенції
ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності. СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі. СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Результати навчання відповідно до освітньо-професійної (програмні результати навчання – ПРН)

Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. Р7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. Р8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового

середовища.

P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

P16. Відповідати вимогам, які висувуються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ

Анотація	ознайомлення із загальними методами формування та забезпечення інформаційних процесів; теоретичними основами впровадження інформаційних технологій; вивчення загальних закономірностей функціонування інформаційних систем; розвинення вмінь і навичок застосування прикладних комп'ютерних систем підготовки, пошуку, обробки й подання різних типів інформації; визначення критеріїв вибору та застосування інформаційно-комунікаційних мереж і їх складових у забезпеченні комунікаційних зв'язків; формування системного підходу до автоматизованого розв'язання задач інформаційного супроводу фахової діяльності; засвоєння базових понять забезпечення захисту інформації.
Мета	забезпечення достатнього рівня теоретичних знань про сутність інформації, інформаційної діяльності й інформаційних процесів; призначення, функціональні особливості сучасних інформаційних систем і технологій при виконанні повного циклу операцій із інформацією, а також формування умінь і практичних навичок ефективного використання сучасних інформаційно комунікаційних технологій і систем у професійній діяльності.
Формат та методи навчання	Лекції (очний, дистанційний формат), практичні заняття (очний, дистанційний формат), консультації (очний, дистанційний формат), підсумковий контроль – екзамен (очний, дистанційний формат)
«Правила гри» 	• Курс передбачає роботу в колективі. • Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики. Політика щодо дедлайнів та перескладання • Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу. • Самостійна робота включає в себе теоретичне вивчення питань, що стосуються тем лекційних занять, які не ввійшли в теоретичний курс, або ж були розглянуті коротко, їх поглиблена проробка за рекомендованою літературою. • Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. • Якщо студент відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача. • Студент, який спізнився, вважається таким, що пропустив заняття з неповажної причини з виставленням 0 балів за заняття, і при цьому має право бути присутнім на занятті. • За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни студент видаляється з заняття, за заняття отримує 0 балів. Політика академічної доброчесності • Під час роботи над завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності: при використанні Інтернет ресурсів та інших джерел інформації студент повинен вказати джерело, використане в ході виконання завдання. У разі виявлення факту плагіату студент отримує за завдання 0 балів.

СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

Лекція 1	Тема 1. Теоретичні основи інформаційних відносин у суспільстві та інформаційні системи та інформатизація процесів управління маркетингом на промислових підприємствах	Практичне заняття 1,2	Предмет, завдання і структура курсу. Поняття інформації. Види, форми та джерела інформації. Властивості інформації. Методи оцінки інформації. Класифікація інформації. Інформація як продукт діалектичної взаємодії даних та методів обробки. Поняття інформаційного суспільства, принципи його побудови та складові компоненти.	Самостійна робота	Зниження ролі реклами в сучасному маркетингу. Соціальні та культурні аспекти створення інформаційного суспільства. Структура інформаційної системи в маркетинговій діяльності промислового підприємства.
Лекція 2,3	Тема 2. Інформаційні технології та системи як інструмент обробки маркетингової інформації та управління маркетинговою діяльністю	Практичне заняття 3,4	Інформаційні технології: основні поняття, визначення, види, класифікація. Алгоритм обробки інформації на основі існуючих технологій. Апаратно-ресурсне забезпечення інформаційних технологій. Інформаційні ресурси та інформаційні процеси. Структура і характеристика інформаційних систем. Основні види інформаційних систем, задачі, функції та класифікація.		Методологічні аспекти вибору технологій для обробки інформаційних ресурсів. Інформаційні технології з точки зору системного підходу. Інформаційні системи. Поняття інформаційних систем. Мета створення управлінських ІС. Завдання ІС
Лекція 4	Тема 3. Організація роботи та основні методи та засоби обробки інформації в умовах електронного офісу	Практичне заняття 5,6	Документальне забезпечення маркетингової та управлінської діяльності організації. Структурні особливості офісних документів різних типів. Складання, оформлення та видання основних видів документів. Концепція електронного документа. Електронний документообіг. Поняття про електронний офіс та його функції. Концепція електронного офісу. Основні компоненти електронного офісу. Види інформаційної діяльності електронного офісу.		Моделі ієрархії результатів впливу комунікацій. Технології обробки документів різних видів. Інтегровані пакети прикладних програм для обробки маркетингової інформації в умовах електронного офісу.
Лекція 5	Тема 4. Етапи розвитку та сутність інформаційних систем у маркетингу	Практичне заняття 7,8	Концепції розвитку та проектування інформаційних систем. Етапи розвитку інформаційних систем. Традиційні інформаційні системи та автоматизовані. Сутність автоматизованої системи управління. Переваги та недоліки використання інформаційних систем управління. Складові компоненти управлінських інформаційних систем. <i>Заняття 8. Контрольна робота за модулем 1</i>		Основні види ресурсного забезпечення маркетингових інформаційних систем: людські, апаратні, програмні, мережеві, інформаційні. Бази даних. Основні моделі представлення даних в інформаційних системах. Системи управління базами даних

Лекція 6	Тема 5. Планування організаційних змін та впровадження інформаційних систем у маркетингу	Практичне заняття 9,10	Процеси організаційного планування маркетингових інформаційних систем: основні етапи. Формування шляхів розвитку організації для створення оптимальної архітектури інформаційної системи та оперативних планів. Планування реалізації процесу щодо впровадження маркетингової інформаційної системи в організації, в установі. Технічна та програмна підтримка інформаційних систем.	Управління організаційними змінами в процесі впровадження нових видів інформаційних технологій. Заходи щодо планування реалізації інформаційних систем: тестування, збирання та ведення необхідної документації, навчання персоналу, організація обслуговування інформаційних систем в організації.
Лекція 7,8	Тема 6. Інформаційні системи в маркетингу, засновані на хмарних технологіях	Практичне заняття 11,12,13	Визначення «хмарових» обчислень. Моделі розгортання «хмарової» інфраструктури. Моделі обслуговування «хмарової» інфраструктури. Технологічні основи функціонування «хмарових технологій». Програмне забезпечення як послуга (Software as a service, SaaS). Платформа як послуга (Platform as a service, PaaS). Інфраструктура як послуга (Infrastructure as a service, IaaS). Апаратне забезпечення як послуга (Hardware as a Service, HaaS). Робоче місце як послуга (Workplace as a Service, WaaS). Дані як послуга (Data as a Service, DaaS). Безпека як сервіс (Security as a Service, SecaaS).	Переваги та недоліки «хмарових» обчислень. Напрямки використання «хмарового» сервісу в управлінні організаціями та їх інформаційними ресурсами. Визначення ефективності застосування «хмарового» сервісу в забезпеченні ефективного управління компаніями. Перспективи розвитку «хмарового сервісу» у світі.
Лекція 9	Тема 7. Інформаційні системи у забезпеченні відносин з клієнтами (CRM системи)	Практичне заняття 14,15,16	Основні види роботи з клієнтами компанії. Етапи розвитку та призначення інформаційних систем класу CRM. Приклади та технологічні особливості програмних рішень, що містять модулі CRM. Інструментальні засоби у забезпеченні роботи з клієнтами.	Сфери використання системи управління взаємовідносинами з клієнтами. Умови впровадження IC Online – CRM систем.
			<i>Заняття 17 Колоквіум</i> <i>Заняття 18 Модульна контрольна робота №2</i>	Оцінка ефективності CRM систем.

МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Ноутбук Lenovo S10-3 (Intel® Atom™ CPU N455 1/66 GHz RAM 1 ГБ), мультимедійний бізнес-проектор Epson EB-X92, мультимедійний проектор unic UC28, Intel(R) Celeron(R) 1,60 GHz 5 од, Intel(R) Celeron(R) 700-1700 MHz 2од, OpenOffice.org 4.1.7, Googledocs, HohliBuilder, Microsoft Power BI, Googleanalytics, GoogleTrends,, Project Expert – 7 од. (Project Expert 7 Standard (несетевая версия)), Internet-браузер Google Chrome 85.04183.121, маркерна дошка і екран.

Доступ до матеріалів дистанційного навчання і контролю Moodle з цього курсу можна знайти за посиланням:

<http://moodle-new.dgma.donetsk.ua/course/view.php?id=2344>



ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Сорока П.М., Харченко В.В., Харченко Г.А. Інформаційні системи і технології в управлінні організацією: Навч. посіб, К.: ЦП «Компринт», 2019. 352 с.
2. О. А. Галич, О. П. Копішинська, Ю. В. Уткін. Управління інформаційними зв'язками та бізнес-процесами: навчальний посібник. Харків: Фінарт, 2016. 244 с.
3. Оксанич А. П., Петренко В. Р., Костенко О. П. Інформаційні системи і технології маркетингу. К. : «Видавничий дім «Професіонал». 2018. 320 с.
4. Морзе Н.В. Піх О.З. Інформаційні системи: навч. посібник. /за ред. Н. В. Морзе. Івано-Франківськ, «ЛілеяНВ». 2015. 384 с.



Додаткові джерела

1. Гужва В. М. Інформаційні системи і технології на підприємствах: навч. посібн. / В. М. Гужва. – К. : КНЕУ, 2001. – 400 с.
2. Информационные системы в экономике : учебник / под ред. В. В. Дика. – М. : Финансы и статистика, 1996. – 272 с.
3. Информационные технологии : учебник / под ред. В. В. Трофимова. – М. : Издательство Юрайт ; ИДЮрайт, 2011. – 624 с. – (Основы наук).

Web-ресурси

1. Корпорация ПАРУС – корпоративные системы управления для предприятий и государственных структур. –Режим доступа : <http://www.parus.ua>, <http://www.parus.ru>.
2. Feng Office – Team Collaboration. – Режим доступа :
3. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua>.

СИСТЕМА ОЦІНКИ

Склад модулів		Сума балів	ECS T	Оцінка	Рівень компетентності
Форми та методи контролю	Рейтингова оцінка, бали	90 - 100	A	відмінно	Високий Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в робочій програмі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.
Усне опитування	5	81 - 89	B	добре	Достатній Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни
Участь в груповій роботі	5				Достатній Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.
Індивідуальне завдання (кейс)	5	75 - 80	C		
Модульна контрольна робота №1	25				
Індивідуальне завдання1 (реферат-презентація)	10	65 - 74	D	задовільно	Середній Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни
					Середній Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни

Індивідуальне завдання 2 (СРР)	10	55 - 64	Е		
Усне опитування	5	30 - 54	Ф Х	незадовільно	Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни
Модульна контрольна робота №2	20	0 - 29	F		Незадовільний Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни
Колоквіум	15				

ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ З ДИСЦИПЛІНИ ДЛЯ ДЕННОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ

Види навчальної роботи	Розподіл між навчальними тижнями															Сума балів	ІСПИТ
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15		
Методи контролю		УО	ГР				ІЗ	КР	ІЗ	УО				КР	К	100	
Всього балів на тиждень		5	5				5	25	20	5				20	15		
Модулі.	1							М1									

ВК – вхідний контроль; УО – усне опитування; ГР – групова робота; ІЗ – індивідуальне завдання; КР – модульна контрольна робота; К – колоквіум, Р – реферат

Силабус за змістом повністю відповідає робочій програмі навчальної дисципліни

Опитування з приводу оцінювання якості викладання дисципліни «Інформаційні системи і технології в маркетингу»

https://docs.google.com/forms/d/1ecP4ARKWBjKVZeDyUQHxxkd_dTB0Cw0GpqdiLFKv9ZE/edit

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри Менеджмент

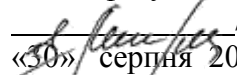
Протокол № 1 від 30.08.2024

Завідувач кафедри:

 /Фоміченко І.П./

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Декан факультету:

 /Мироненко Є.В./
«30» серпня 2024 р.

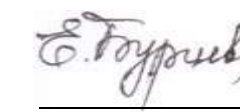


Розробник:

 /Фоміченко І.П./

 / Сташкевич І.І./

Гарант освітньої програми:

 /Бурцева О.Є./