

**ЗВО «ВІДКРИТИЙ МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТ РОЗВИТКУ
ЛЮДИНИ «УКРАЇНА»**

ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ

КАФЕДРА УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

СИЛАБУС

**обов'язкової навчальної дисципліни Циклу професійної підготовки
ОК 2.10 «Інформаційні технології в маркетингу»**

Освітній ступінь	Бакалавр
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність	075 «Маркетинг»
Освітня програма	«Маркетинг»

МЕТА ДИСЦИПЛІНИ

Засвоєння знань щодо системи, методів та алгоритмів інформаційних технологій в маркетингу. Основним завданням дисципліни є набуття студентами теоретичних і практичних знань з основ створення та функціонування інформаційних систем маркетингу, сучасних технологічних засобів обробки інформації та інформаційних технологій розв'язання основних маркетингових задач.

ПЕРЕЛІК ОЧІКУВАНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

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

ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

ПЕРЕЛІК КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ, ЯКІ ЗАБЕЗПЕЧУЄ ДИСЦИПЛІНА

ЗК 1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК 4. Здатність вчитися й оволодівати сучасними знаннями.

ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

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

СК 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

СК 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

Анотація дисципліни. Інформація в управлінні маркетинговою діяльністю та її характеристика. Роль і значення інформації в управлінні маркетинговою діяльністю на сучасному етапі. Характеристика та властивості маркетингової інформації. Класифікація маркетингової інформації. Автоматизація інформаційних процесів і використання обчислювальної техніки в управлінні маркетингом.

Характеристика інформаційних систем маркетингу. Загальна характеристика та структура ІСМ. Функціональна частина ІСМ. Автоматизовані робочі місця як засіб автоматизації роботи маркетологів.

Інформаційні технології у маркетингу. Типові технологічні засоби пошуку, збирання і нагромадження маркетингової інформації. Засоби автоматизації маркетингової діяльності. Роль і місце електронних комунікацій у маркетингу. Методи комп'ютерної комунікації. Інтернет як інструмент маркетингових комунікацій. Організація маркетингових досліджень з використанням комп'ютерних технологій оброблення інформації. Загальні принципи розроблення концепції дослідження. Загальні принципи розроблення проекту дослідження.

Загальні принципи проведення дослідження та аналізу впливу його результатів на діяльність фірми. Загальна характеристика маркетингового дослідження товару. Характеристика функціональної підсистеми «маркетингові дослідження товару». Автоматизація розв'язання задач з аналізу конкурентоспроможності продукції (товарів, послуг).

Тема дисципліни	Компетен- тність	Програмні результати навчання
Тема 1. Інформація в управлінні маркетинговою діяльністю та її характеристика	ЗК 1, СК 2	Р 4
Тема 2. Технологічні засоби підтримки прийняття маркетингових рішень	ЗК 4, СК 4	Р 4
Тема 3. Інформаційно-аналітичні методи і моделі підтримки прийняття маркетингових рішень	ЗК 4, СК 4	Р 7
Тема 4. Сучасні програмні продукти для управління маркетинговою діяльністю	ЗК 9, СК 8	Р 4
Тема 5. Організація маркетингових досліджень з використанням комп'ютерних технологій оброблення інформації	ЗК 4, СК 4	Р 12
Тема 6. Інформаційна технологія розв'язання задач з дослідження ринку та попиту на товари	ЗК 9, СК 4	Р 7
Тема 7. Інформаційна технологія розв'язання	ЗК 9, СК 8	Р 12

задач з маркетингових досліджень товарів		
Тема 8. Інформаційна технологія розрахунків цін на товари	ЗК 4, СК 8	Р 4
Тема 9. Інформаційна технологія розв'язання задач з управління рекламною діяльністю	ЗК 9, СК 4	Р 12

Загальна характеристика

Обсяг: 4 кредити (120 год.), з них: 30 год. - лекцій, 16 год. - практичних занять, 14 год. – індивідуальне навчально-дослідне завдання, 74 год. - самостійна робота.

Мова викладання: українська

Система оцінювання роботи здобувачів освіти упродовж семестру (таблиця розписується викладачем і може змінюватись)

Вид діяльності студента	Максимальна кількість балів за	Модуль 1		Модуль 2	
		кількість	максимальна кількість балів	кількість	максимальна кількість балів
I. Обов'язкові					
1.1. Відвідування лекцій (30 годин)	1	7	7	8	8
1.2. Робота на семінарському і практичному занятті (16 годин)	1	4	4	4	4
1.3. Виконання завдань для самостійної роботи (74 години) по 6 години на тиждень	1	7	7	8	8
1.4. Виконання індивідуальних завдань (ІНДЗ) (14 годин) по 1 годині на тиждень	0,15	7	1,05	7	1,05
1.5. Виконання модульної роботи	5	1	5	1	5
Разом			24		26
Максимальна кількість балів за обов'язкові види роботи: 50					
II. Вибіркові (за вибором студента)					
Виконання завдань для самостійного опрацювання					
2.1. Складання ситуаційних завдань із різних тем курсу	5				
2.2. Огляд літератури з конкретної тематики	5				
2.3. Складання ділової гри з конкретним прикладним матеріалом з будь-якої теми курсу	5				
2.4. Підготовка наукової статті з будь-якої теми курсу	10				
2.5. Участь у науковій студентській конференції	5	1	5	1	5

2.6. Дослідження українського чи закордонного досвіду	5				
Разом	10	-	5	-	5
Максимальна кількість балів за вибіркові види роботи: 10					
Всього балів за теоретичний і практичний курс: 60					

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної та індивідуальної навчально-дослідної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- ✓ своєчасність виконання навчальних завдань;
- ✓ повний обсяг їх виконання;
- ✓ якість виконання навчальних завдань;
- ✓ самостійність виконання;
- ✓ творчий підхід у виконанні завдань;
- ✓ ініціативність у навчальній діяльності.

Форма підсумкового контролю: письмовий залік.

Навчально-методичне забезпечення: лекційний матеріал та презентації, завдання до практичних занять, додаткова рекомендована література розміщено в електронному навчальному курсі на сайті Інтернет-підтримки освітнього процесу за посиланням: <https://vo.uu.edu.ua/course/view.php?id=4627>

Рекомендована література:

Основна

1. Електронна комерція [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студ. спеціальності 075 «Маркетинг» / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад.: С. О. Лебеденко – Електронні текстові дані (1 файл: 213 Кбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. – 73 с.
2. Нестеренко О.В. Інформаційні системи управління підприємствами / Навч. посіб. Київ: Укр НЦ РІТ, 2019. 135 с.
3. Павлиш В. А. Основи інформаційних технологій і систем : підручник / В.А. Павлиш, Л. К. Гліненко, Н. Б. Шаховська; Нац. ун-т «Львів. Політехніка». Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2018. 619 с.
4. Северин М.А. Вибір програмного забезпечення для маркетингової інформаційної системи підприємства / Збірник наукових праць молодих вчених факультету менеджменту та маркетингу КПІ ім. І. Сікорського «Актуальні проблеми економіки та управління» / Северин М.А., Зозульов О.В. // р. 2019.
5. Сучасні інформаційно-комунікаційні технології / Г.Г. Швачич, В.В Толстой., Л.М Петречук та ін. Навчальний посібник. Дніпро: НМетАУ, 2017. 230 с.

Додаткова

1. Конспект лекцій з дисципліни «Інформаційні технології в маркетингу» для бакалаврів усіх спеціальностей, денної та заочної форм навчання./ Укл.: Т.В. Лиса / – К.: Університет «Україна», 2021. – 105 с.

2. Галич О. А. Управління інформаційними зв'язками та бізнес-процесами: [навчальний посібник] / О.А. Галич, О.П. Копішинська, Ю.В. Уткін. – Харків: Фінарт, 2016. – 244 с.
3. Дейнега І. О. Формування інформаційного потенціалу маркетингової діяльності підприємства / І. О. Дейнега, О. В. Дейнега // Міжнародний науковий журнал "Науковий огляд". – 2016. – Т. 2. – №. 23. – С.1-14.
4. Діджитал маркетинг: навчально-методичний комплекс дисципліни [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студ. спеціальності 075 «Маркетинг», перший (бакалаврський) рівень вищої освіти / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; автори: Н.Л. Писаренко – Електронні текстові дані (1 файл: 6 733 Кбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. – 82 с.
5. Діджитал стратегії: навчально-методичний комплекс дисципліни [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студ. спеціальності 075 «Маркетинг», другий (магістерський) рівень вищої освіти / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; автор: Н.Л. Писаренко – Електронні текстові дані (1 файл: 8 613 Кбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. – 63 с.
6. Оксентюк Б. А. Інформація в системі маркетингового управління підприємством / Б. А. Оксентюк, О. М. Фроленко // Галицький економічний вісник, – Т. : ТНТУ, 2015. – Том 49. – № 2. – С. 198-204.
7. Опорний конспект лекцій «Маркетингове моделювання» / укл. : Н.М. Голда. - Тернопіль : ТНТУ імені Івана Пулюя, 2018. - 48 с.
8. Педько І. А. Концептуальні засади формування маркетингових інформаційних систем підприємств // Науковий журнал Економічний вісник Національного гірничого університету. – 2015. – Т. 51. – №. 51. – С. 110-117.
9. Юдіна, Н. В. Маркетинг в інформаційному суспільстві [Електронний ресурс] : навчально-методичний комплекс дисципліни освітньої програми «Промисловий маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти / Н. В. Юдіна ; Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові дані (1 файл: 10,75 Mb). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. – 106 с. – Назва з екрана.

Обов'язкове дотримання положень «Кодексу академічної доброчесності Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна», доступного за посиланням: https://uu.edu.ua/upload/universitet/normativni_documenti/academic_dobrochesnist/Codex.pdf.

Відвідування занять	Відвідування лекційних, практичних занять є обов'язковим.
Відпрацювання пропущених занять	Здобувач освіти, який пропустив практичні заняття, самостійно вивчає матеріал за наведеними у силабусі рекомендованими джерелами, виконує завдання та надсилає результат викладачу. Через відсутність здобувача освіти на практичному занятті без поважних причин оцінка буде знижена.
Допуск до заліку	Відповідно до Положення про організацію та методику проведення поточного, підсумкового контролю та атестації здобувачів вищої та фахової передвищої освіти, п.3.1.: Оцінювання знань здобувачів вищої та фахової передвищої освіти із

	<p>навчальних дисциплін, формою підсумкового контролю яких є екзамен, здійснюється на основі результатів поточного, проміжного і підсумкового контролю знань (екзамену). Максимальна кількість балів, яку може отримати здобувач вищої та фахової передвищої освіти за результатами поточних і проміжних контролів, не може перевищувати 60.</p> <p>Здобувач вищої та фахової передвищої освіти не допускається до семестрового контролю з певної навчальної дисципліни, якщо він має заборгованості з лабораторних робіт, комп'ютерного практикуму, семестрових індивідуальних завдань, передбачених робочим навчальним планом на семестр із даної навчальної дисципліни. При цьому викладач у заліково-екзаменаційній відомості робить запис «не допущений» («F»). Здобувач вищої та фахової передвищої освіти контрактної форми навчання може бути не допущений до складання екзамену за невиконання умов контракту, про що у відомості деканат робить таку ж позначку - «не допущений».</p> <p>Недопуск здобувача вищої або фахової передвищої освіти до семестрового контролю з певної навчальної дисципліни не може бути причиною недопуску його до семестрового контролю з інших навчальних дисциплін.</p>
Підсумкова модульна оцінка	<p>Підсумкова модульна оцінка є сумою виконаних завдань за два модулі. Максимальна модульна оцінка може складати 60 балів, якщо здобувач освіти виконав всі вимоги, зазначені у Положенні про організацію та методику проведення поточного, підсумкового контролю та атестації здобувачів вищої та фахової передвищої освіти</p> <p>https://uu.edu.ua/upload/universitet/normativni_documenti/Osnovni_oficiyni_doc_UU/Osvitnya_d_t/Polozh_pro_metodiku_provedennya_controlyu_ta_atestacii.pdf</p>
Залікова оцінка	<p>Залікова оцінка є результатом виконання залікового завдання. Максимальна оцінка за залік – 40 балів.</p>
Підсумкова оцінка дисципліни з	<p>Підсумкова оцінка обчислюється як сума підсумкової модульної та залікової оцінки.</p>

Викладач:

Лиса Тамара Валеріївна, кандидат економічних наук,
доцент кафедри управління та адміністрування

E-mail: tamara.lysaya@gmail.com

Тел.: +38050 394 45 25

Адреса: вул. Львівська 23, II корп., каб. 408.

Розглянуто та затверджено на кафедрі управління та адміністрування.

Протокол №2 від 27.09.2021 р.

Завідувач кафедри

управління та адміністрування _____ Ростислав ДУБАС

Перевірено:

Начальник методичного відділу _____ Вікторія БАУЛА