



Вищий навчальний заклад
«НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ»

СИЛАБУС
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
Інформаційні системи в маркетингу
ОП «Маркетинг»

Код	Назва	Тип	Рівень вищої освіти	Рік, коли пропонується вивчення	Семестр	Кількість кредитів	Вид підсумкового контролю
ОПП-3	Інформаційні системи в маркетингу	Обов'язкова дисципліна загальної підготовки	перший (бакалаврський)	1	2	5	диференційований залік

Мова навчання: українська.

Форми здобуття освіти: очна (денна), заочна.

Види навчальних занять: лекція, практичне заняття, консультація.

Методи навчання: словесний, пояснювально-демонстраційний, метод проблемного викладання, репродуктивний та інші відповідно до навчальних занять.

Оцінювання: поточне, модульне, підсумкове.

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК7	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях
ЗК9	Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
ЗК11	Здатність працювати в команді.

Спеціальні (фахові) компетентності:

СК6	Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності
СК10	Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності
СК12	Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач освіти повинен досягти таких запланованих результатів навчання:

Програмні результати навчання (ПРН)

ПРН3	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
ПРН4	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
ПРН7	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
ПРН14	Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення

Засоби діагностики успішності навчання: теоретичні питання, практичні завдання, завдання для проведення письмових модульних контрольних робіт, питання для опитування під час практичних завдань, індивідуальні питання, питання для поточного контролю, тести, задачі, питання для підсумкового контролю.

Зміст курсу: Сутність і поняття маркетингової інформації. Еволюція стратегічних моделей управління підприємством в інформаційних системах. Використання інформаційних технологій в маркетинговій аналітиці. Автоматизація управління маркетингом та проектами на підприємствах. Експертні системи і системи підтримки прийняття рішень та їх використання. Огляд деяких програмних продуктів, що пропонуються на ринку. Інформаційні системи та інформатизація процесів управління маркетингом на підприємствах. Захист інформаційних ресурсів у бізнес-системах.

Методи навчання на лекціях: вербальний метод (лекція, дискусія тощо); методи візуалізації (презентація, метод ілюстрації (графічний, табличний, тощо), метод демонстрацій та інші); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування тощо); інші методи у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо);

Методи навчання на практичних, семінарських заняттях: вербальний метод (дискусія, співбесіда тощо); метод візуалізації (презентація, метод ілюстрації (графічний, табличний, тощо), метод демонстрацій та інші); робота з навчально-методичною літературою (рецензування, підготовка реферату, есе, доповіді тощо); інші методи у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); кейс-метод (вирішення ситуацій, розв'язання завдань тощо); практичний, пошуковий метод.

Методи оцінювання: для поточного контролю у вигляді усного та письмового опитування, фронтального опитування, тестування, вирішення ситуаційних завдань, розв'язування задач, написання есе (рефератів), виконання індивідуальних та групових проектів, творчих завдань, тощо; для модульного контролю у вигляді письмової відповіді, тестування, вирішення ситуаційних завдань, розв'язування задач, тощо; для підсумкового контролю проведення диференційованого заліку (усна та/або письмова відповідь, тестування, вирішення ситуаційних завдань, розв'язування задач, тощо.).

Засоби діагностики результатів навчання. Поточний контроль може передбачати застосування широкого спектру форм та методів оцінювання знань, що проводиться за кожною темою. Модульний контроль передбачає письмове виконання різних видів контрольних завдань. Підсумковий контроль передбачає проведення диференційованого заліку.

Порядок оцінювання результатів навчання:

Оцінювання здійснюється за 100 бальною шкалою.

Поточний контроль = 30 балів.

Самостійна робота = 10 балів.

Модульний контроль = 20 балів.

Підсумковий контроль = 40 балів.

Рекомендована література:

1. Ковтунець В.В., Нестеренко О.В., Савенков О.І. Безпека систем підтримки прийняття рішень / Навч. посіб. К: Національна академія управління, 2016. 190 с.
2. Нестеренко О.В. Інформаційні системи управління підприємствами / Навч. посіб. Київ: Укр НЦ РІТ, 2019. 135 с.

3. *Нестеренко О.В., Савенков О.І., Фаловський О.О. Інтелектуальні системи підтримки прийняття рішень / Навч. посіб. За ред. Бідюка П.І. К: Національна академія управління, 2016. 188 с.*

4. *Нестеренко О.В., Фаловський О.О., Ковтунець О.В. Інтелектуальні системи і технології. Ввідний курс / Навч. посіб. – К: Національна академія управління, 2017. 90 с.*

5. *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.*

6. *Сучасні інформаційно-комунікаційні технології / Г.Г. Швачич, В.В Толстой., Л.М Петречук та ін. Навчальний посібник. Дніпро: НМетАУ, 2017. 230 с.*

Викладач: *Нестеренко Олександр Васильович*, кандидат технічних наук, доцент

Гарант освітньої програми:

Серкутан Тетяна Вікторівна,
PhD, кандидат економічних наук, доцент, кафедри маркетингу,
економіки, управління та адміністрування

