

АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ «ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ І ТЕХНОЛОГІЇ В МАРКЕТИНГУ»

Предметом вивчення дисципліни є побудова і функціонування інформаційних систем управлінського спрямування та критеріїв їх вибору й ефективного використання при здійсненні маркетингової діяльності в організаціях та установах..

Метою викладання навчальної дисципліни є забезпечення достатнього рівня теоретичних знань про сутність інформаційних процесів, призначення, функціональні особливості сучасних інформаційних систем і технологій у маркетингу та формування практичних навичок їх раціонального використання у процесі здійснення підприємствами виробничо-комерційної діяльності.

Основними завданнями вивчення навчальної дисципліни є: вивчення основних процесів інформаційних технологій забезпечення управлінської діяльності; формування системного підходу до автоматизованого розв'язання задач у галузі маркетингу; вивчення загальних закономірностей функціонування та впровадження інформаційних систем; визначення критеріїв вибору та застосування інформаційно-комунікаційних мереж і їх складових у забезпеченні обліково-економічної та маркетингової діяльності; розвинення вмінь і навичок вибору програмного забезпечення у відповідності до вимог систем управління; засвоєння базових понять забезпечення захисту інформації.

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1. Теоретичні основи інформаційних відносин у суспільстві.

Тема 2. Інформаційні технології та системи як інструмент обробки маркетингової інформації та управління маркетинговою діяльністю.

Тема 3. Організація роботи та основні методи та засоби обробки інформації в умовах електронного офісу.

Тема 4. Етапи розвитку та сутність інформаційних систем у маркетингу.

Тема 5. Планування організаційних змін та впровадження інформаційних систем у маркетингу

Тема 6. Інформаційні системи в маркетингу, засновані на хмарних технологіях

Тема 7. Клієнтоорієнтовані інформаційні системи (CRM-системи)

Тема 8. Правове регулювання інформаційної сфери та безпека інформаційних систем.