

СИЛАБУС
навчальної дисципліни
« Інформаційні системи і технології в маркетингу »

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО НАВЧАЛЬНУ ДИСЦИПЛІНУ

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Код і найменування спеціальності, тип і назва освітньої програми	075 Маркетинг Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Курс, семестр	Курс 3 075Мар_бд_2023, семестр 6
Обсяг і форма семестрового контролю з навчальної дисципліни	Кількість кредитів ЄКТС - 3 кредити ЄКТС Загальна кількість годин - 90, із яких: лекцій -14 год, лабораторних занять – 16 год. Форма семестрового контролю - екзамен
Мова(и) викладання	державна
ННІ / факультет, кафедра	Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій, Кафедра інформаційних систем та технологій
Контактні дані розробників	Олена Копішинська, к. ф.-м. н., доцент, професор кафедри інформаційних систем та технологій; ауд. 201, навчальний корпус № 2 e-mail: olena.kopishynska@pdau.edu.ua сторінка викладача на сайті кафедри: https://www.pdau.edu.ua/people/kopishynska-olena-petrivnaa

МІСЦЕ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ В ОСВІТНІЙ ПРОГРАМІ

Статус навчальної дисципліни	Обов'язкова дисципліна освітньої програми
Передумови для вивчення навчальної дисципліни	Перелік дисциплін, які передують вивченню дисципліни відповідно до структурно-логічної схеми освітньо-професійної програми: «Вища математика», «Поведінка споживачів», «Економічна інформатика», навчальна практика «Економічна інформатика», «Економіка і фінанси підприємства», «Маркетинг», «Економіка та організація інноваційної діяльності», курсова робота "Маркетинг", навчальна практика «Маркетинг», «Маркетингові дослідження».
Компетентності	<i>Загальні:</i> ЗК 8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. <i>Спеціальні (фахові):</i> ФК 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. ФК 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

	ФК 12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
Результати навчання	<p>ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>ПРН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p>
РОЛЬ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ У ФОРМУВАННІ СОЦІАЛЬНИХ НАВИЧОК (SOFT SKILLS)	
Під час вивчення дисципліни розвиваються soft skills («м'які» навички): тайм-менеджмент, вміння працювати в команді, навички комунікацій, аналізу соціальних наслідків інформаційної діяльності, екологічність мислення та ін.	
МЕТА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	
Забезпечити формування теоретичних знань про сутність інформаційних процесів, призначення, функціональні особливості сучасних інформаційних систем і технологій у маркетингу та сформувати практичні навички їх вибору і ефективного використання у професійній діяльності маркетолога для різних сфер бізнесу.	
ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	
<p>Тема 1. Теоретичні основи інформаційних систем та технологій.</p> <p>Тема 2. Інформаційні технології та системи як інструмент обробки маркетингової інформації та управління інформаційною діяльністю.</p> <p>Тема 3. Системи баз даних.</p> <p>Тема 4. Етапи розвитку та сутність інформаційних систем у маркетингу</p> <p>Тема 5. Інформаційні системи в маркетингу, засновані на хмарних технологіях</p> <p>Тема 6. Інформаційні системи у забезпеченні відносин з клієнтами (CRM-системи)</p> <p>Тема 7. Інформаційно-комунікаційні технології мережі інтернет у маркетингу.</p>	
МЕТОДИ НАВЧАННЯ І ВИКЛАДАННЯ.	
<ul style="list-style-type: none"> – методи стимулювання і мотивації обов'язку й відповідальності: роз'яснення мети навчальної дисципліни; висування вимог до вивчення дисципліни; заохочення, оперативний контроль; – словесні: пояснення, лекція, розповідь, бесіда, інструктаж; – наочні: демонстрація, ілюстрування; – практичні: лабораторні роботи, робота з офіційними сайтами розробників інформаційних систем, демо-версіями інформаційних систем; – інтерактивні: проектування професійних ситуацій, симулятивні методи; – інноваційні: мультимедійна презентація, дистанційне навчання; – методи формування пізнавальних інтересів: метод створення ситуації інтересу до навчання; – за мисленням: дослідницький, репродуктивний, евристичний; – методи самостійної роботи. 	
ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	

Схема нарахування балів, шкала та критерії оцінювання результатів навчання	<p>Навчальні досягнення здобувачів вищої освіти за результатами вивчення тем та курсу оцінюються у відповідності до форм поточного та семестрового оцінювання результатів навчання.</p> <p>Формами поточного оцінювання результатів навчання передбачено:</p> <ul style="list-style-type: none"> - робота на лекціях (опитування, участь в обговоренні, висування гіпотез, суджень тощо); - лабораторно-практичний контроль: виконання лабораторних робіт; перевірка звітів з лабораторних робіт; - перевірка самостійної роботи; - розв'язування тестів. <p>Формою підсумкового семестрового оцінювання є екзамен</p> <p>Схема нарахування балів, шкала та критерії оцінювання результатів навчання представлені в додатку до силабусу.</p>
---	--

ПОЛІТИКА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ТА ОЦІНЮВАННЯ

- щодо термінів виконання та перескладання	<ul style="list-style-type: none"> - обов'язковість виконання завдань лабораторних робіт, самостійної роботи і захист результатів у відведений термін; - за несвоєчасне подання звітів про виконання лабораторної роботи без поважних причин оцінка може бути знижена на 20%);
- щодо академічної доброчесності	<p>Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавського державного аграрного університету.</p> <p>Дотримання академічної доброчесності здобувачами вищої освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.</p> <p>При виявленні академічного плагіату під час виконання запланованих видів робіт такі роботи не зараховуються та повертаються на доопрацювання зі зниженням загальної оцінки мінімум на 20 %.</p>
- щодо відвідування занять	<p>обов'язковість відвідування занять (неприпустимість пропусків без поважних причин, запізнь і т. ін.);</p>
- щодо зарахування результатів неформальної / інформальної освіти	<p>Врахування результатів навчання, отриманих під час неформальної/інформальної освіти та зарахування результатів відбувається згідно Положення про порядок визнання результатів навчання, здобутих у неформальній та інформальній освіті здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету.</p>
- щодо оскарження результатів оцінювання	<p>Порядок оскарження результатів оцінювання здійснюється згідно процедур, затверджених у Положенні про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти в Полтавському державному аграрному університеті</p>

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основні:

1. Про захист інформації в інформаційно-комунікаційних системах. Закон України №81/94-ВР. Чинний від 05.07.94. Зі змінами. Ред від 01.07.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80/94-%D0%B2%D1%80#Text>
2. Про інформацію: закон України № 2658-ХІІ. Чинний від 02.10.92 р.. [Відомості Верховної Ради України \(ВВР\), 1992, № 48, ст.650. Зі змінами. Ред. Від 27.07.2023. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text)

3. Про доступ до публічної інформації: закон України від 13.01.2011 р. № 2939-VI. URL: http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?showHidden=1&art_id=244273463&cat_id=244268916

4. Бутенко Т. А., Сирий В. М. Інформаційні системи та технології : навчальний посібник. Харків: ХНАУ ім. В.В. Докучаєва, 2020. 207 с. URL: <https://repo.btu.kharkiv.ua/server/api/core/bitstreams/f1665c55-5486-4969-9dea-33781a4b3e23/content>

5. Котлер Ф., Катарджая Г., Сетьяван І. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. КМ-БУКС, 2019. С. 224.

6. Лебеденко С. О. Електронна комерція: навч. посіб. для студ. спеціальності 075 «Маркетинг». Електронні текстові дані (1 файл: 213 Кбайт). Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 73 с.

7. Нестеренко О.В. Інформаційні системи управління підприємствами: навч. посібник. Київ: Укр НЦ РІТ, 2019. 135 с.

8. Северин М.А., Зозульов О.В. Вибір програмного забезпечення для маркетингової інформаційної системи підприємства. *Актуальні проблеми економіки та управління: Зб. наукових праць молодих вчених факультету менеджменту та маркетингу КПІ ім. І. Сікорського.* 2019 р.

Допоміжні

1. Копішинська О., Чеснаков О. Інтеграція CRM-систем з комерційними вебдодатками в забезпеченні digital-маркетингових технологій. *Стратегічний менеджмент агропродовольчої сфери в умовах глобалізації економіки: безпека, інновації, лідерство: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, 27 вересня 2024 р.* Полтава: ПДАУ, 2024. Том 2. С. 320-322(дата звернення 28.08.2023).

2. Семенова Л., Дронова Т. Інформаційно-комунікаційні технології в маркетингу. Збірник наукових праць SCIENTIA. (2021). URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/scientia/article/view/17079> / (дата звернення: 30.08.2024)

3. Юдіна Н.В. Історичні аспекти формування постінформаційного маркетингу. *Економічний Вісник НТУУ «КПІ»*. №16. 2019. DOI: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.16.2019.182733>

4. Юдіна, Н. В. Маркетинг в інформаційному суспільстві: навчально-методичний комплекс дисципліни освітньої програми «Промисловий маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. Електронні текстові дані (1 файл: 10,75 Mb). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 106 с. Назва з екрана. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/39836> : доступ вільний.

5. O. Kopishynska, Y. Utkin, I. Sliusar, M. Somych, V. Danylenko, T. Diadyk, I. Zahrebelna.

Expansion of Customer Relationship Management Functionality Using Recurrent LSTM Networks for Automation Demand Forecasting. In: Choudrie, J., Mahalle, P.N., Perumal, T., Joshi, A. (eds) ICT for Intelligent Systems. ICTIS 2025. *Lecture Notes in Networks and Systems*. Vol 1510. Springer, Singapore, 2025. Pp.347-357. https://doi.org/10.1007/978-981-96-9275-0_30.

Інформаційні ресурси

1. Creatio: no-code platform with composable architecture. *Trial*: вебсайт. URL: <https://www.creatio.com/ua/trial/creatio> (дата звернення: 30.08.2025).

2. KeyCRM. URL: <https://ua.keycrm.app/> / (дата звернення: 30.08.2025).

3. Data + AI + CRM + Trust = more sales and happier customers. Salesforce: вебсайт. URL: <https://www.salesforce.com/eu/> / (дата звернення: 30.08.2025)

4. CRM для продажу товарів, для інтернет-магазину. *SalesDrive*. URL: <https://salesdrive.ua/>

5. Sitniks CRM для соц. мереж, інтернет магазинів та маркетплейсів. URL: <https://sitniks.ua/> /

(дата звернення: 30.08.2025)

6. Можливості. *SalesDrive*. URL: <https://salesdrive.ua/features/> (дата звернення: 30.08.2025)

7. Prometheus: каталог курсів. URL: <https://prometheus.org.ua/courses-catalog/it>

8. Coursera. URL: <https://www.coursera.org/>

**Реквізити
затвердження**

Затверджено на засіданні кафедри інформаційних систем та технологій,
протокол від 01 вересня № 2

Додаток до силябусу

**СХЕМА НАРАХУВАННЯ БАЛІВ, ШКАЛА ТА КРИТЕРІЇ
ОЦІНЮВАННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ**

Схема нарахування балів із навчальної дисципліни

Теми	Форми контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти							Разом балів
	Робота на лекціях	Виконання лаб. робіт	Перевірка звітів з лабораторних робіт	Самостійна робота	Комплексне самостійне завдання	Розв'язування тестів	Екзамен	
Тема 1. Теоретичні основи інформаційних систем та технологій.	1	5	1	1	0	0		8
Тема 2. Інформаційні технології та системи як інструмент обробки маркетингової інформації та управління інформаційною діяльністю.	1	5	1	1	0			8
Тема 3. Системи баз даних.	1	10	2	1	0	3		17
Тема 4. Етапи розвитку та сутність інформаційних систем у маркетингу	1	5	1	1	4	0		12
Тема 5. Інформаційні системи в маркетингу, засновані на хмарних технологіях	1	5	1	1	0	0		8
Тема 6. Інформаційні системи у забезпеченні відносин з клієнтами (CRM-системи)	1	5	1	1	4	3		15
Тема 7. Інформаційно-комунікаційні технології мережі інтернет у маркетингу.	1	5	1	1	4	0		12
Екзамен							20	20
Разом балів за темами/ видами робіт	7	40	8	7	12	6	20	100

**Шкала та критерії оцінювання результатів навчання при проведенні поточного контролю успішності здобувачів вищої освіти денної форми навчання
075Мар_бд_2023**

Робота на лекціях

Кількість балів	Критерії оцінювання
1 бал	Студент є присутнім на лекції, бере активну участь в обговоренні проблемних питань, відповідає на питання, веде конспект лекції.
0 балів	Студент не був присутній на лекції та не опрацював матеріал, що не дає можливість оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів.

Виконання лабораторних робіт

Кількість балів	Критерії оцінювання
5 балів (максимальна)	Правильне виконання за обсягом та розрахунками всіх завдань лабораторної роботи, досягнення поставленої мети, здатність узагальнити результат та співвідносити із загальними завданнями дисципліни,
4 бали	Правильне виконання за обсягом та розрахунками 80-90 % завдань лабораторної роботи (кількість експериментальних даних, самостійна перевірка заданих операцій і т.ін.), досягнення поставленої мети, здатність узагальнити результат та співвідносити із загальними завданнями дисципліни,
3 бали	Правильне виконання не менше 70-79 % лабораторної роботи; достатній рівень засвоєння програмних результатів навчання в межах окремої роботи, допущені незначні помилки при налаштуванні системи, задаванні властивостей об'єктів, встановленні зв'язків і т. ін.)
2 бали	Студент виконав 60-69% загального обсягу завдання лабораторної роботи (обраховується від кількості завдань, кількості внесених експериментальних даних та проведених розрахунків), продемонстрував мінімальний рівень засвоєння програмних результатів навчання в межах окремої роботи та представив звіт в електронній формі;
1 бал	Студент виконав 50 % загального обсягу завдання лабораторної роботи (обраховується від кількості завдань, кількості внесених експериментальних даних та проведених розрахунків), продемонстрував мінімальний рівень засвоєння програмних результатів навчання в межах окремої роботи. Рекомендовано доопрацювати.
0 балів	Студент не виконав жодної частини лабораторної роботи або обсяг виконання становить менше 50 %, що не дає можливість оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів.

Перевірка звітів з лабораторних робіт

Кількість балів	Критерії оцінювання
1 бал (максимальна)	Звіт оформлено в електронному вигляді з коротким описом ходу виконання роботи, відповідями на контрольні питання і захищено усно результати;
0 балів	Студент не оформив звіт про виконання лабораторної роботи, або ж не завершив оформлення та не дав відповіді на контрольні запитання, що не дає можливість оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів.

Самостійна робота

Кількість балів	Критерії оцінювання
1 бал	Виконане завдання самостійної роботи в межах самостійного опрацювання теми (завдання для самостійного опрацювання, представлений письмовий конспект, відповіді на питання)

0 балів	студент не представив виконане завдання самостійної роботи, що не дає можливість оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів.
---------	--

Комплексне самостійне завдання

Кількість балів	Критерії оцінювання
12 балів (максимальна сума балів за окремі частини роботи), у т.ч.: 1-2 бали	студент розуміє мету завдання, проведено аналіз змісту задачі, представлено макет (схему) моделі завдання;
1-4 бали	розроблено та заповнено основні словники (таблиці бази даних, зроблено підстановки даних), студент демонструє вміння відбирати та структурувати і кодувати маркетингову інформацію, використовувати реляційні зв'язки
1-4 бали	розроблено різні види запитів (від 1 до 4) згідно завдання; демонструє діючу базу даних, вміє пояснити призначення та функції побудованої системи, аргументує результати
1-2 бали	Розроблено прості форми (1 або 2), студент вміє використовувати їх для роботи з даними
0 балів	завдання не виконувалось, не представлено для перевірки, що не дає можливість оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів.

Розв'язування тестів

Кількість балів	Критерії оцінювання
Розв'язування тестів: (до 20 питань) 0-3 бали	3 бали – 90-100 % правильних відповідей; 2 бали – 75- 89 % правильних відповідей; 1 бал – 60 -74 % правильних відповідей; 0 бали – 0-59% правильних відповідей, що не дає можливість оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів

Шкала та критерії оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти
(форма семестрового контролю – екзамен*)

Вид завдання, кількість балів	Критерії оцінювання тестового завдання екзаменаційного білету в межах зазначеної кількості балів
<p>Відповіді на теоретичні питання у вигляді тестів (відсоток правильних відповідей розраховується в програмі тестування автоматично), 20 балів (максимум) 1 бал (мінімум)</p>	<p>20 балів – більше 95 % правильних відповідей 19 балів – більше 90 % правильних відповідей 18 балів – більше 85 % правильних відповідей 17 балів – більше 80 % правильних відповідей 16 балів – більше 75 % правильних відповідей 15 балів – більше 70 % правильних відповідей 14 балів – більше 65 % правильних відповідей 13 балів – більше 60 % правильних відповідей 12 балів – більше 55 % правильних відповідей 11 балів – більше 50 % правильних відповідей 12 балів – більше 45 % правильних відповідей 11 балів – більше 40 % правильних відповідей 10 балів – більше 35 % правильних відповідей 9 балів – більше 30 % правильних відповідей 8 балів – більше 25 % правильних відповідей 7 бали – більше 20 % правильних відповідей 6 балів – більше 15% правильних відповідей 5 балів – більше 10 % правильних відповідей 4 бали – більше 5 % правильних відповідей 3 бали – більше 4% правильних відповідей 2 бали – більше 3% правильних відповідей 1 бал – більше 2% правильних відповідей 0 балів – правильних відповідей немає, що не дає можливість оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів</p>