

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



Навчально-науковий інститут економіки,
управління, права та інформаційних технологій

КАФЕДРА ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ ТА ТЕХНОЛОГІЙ

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ І ТЕХНОЛОГІЇ В МАРКЕТИНГУ

*обов'язкова навчальна дисципліна освітньо-професійної програми
освітній ступінь Бакалавр*

Розробники:

САКАЛО Віктор,

доцент кафедри інформаційних
систем та технологій, к.т.н., доцент



КОПШИНСЬКА Олена,

професор кафедри інформаційних
систем та технологій, к.ф.-м.н.,
доцент



Полтава
2021 р.

Назва навчальної дисципліни	Інформаційні системи та технології
Місце в індивідуальному навчальному плані здобувача вищої освіти	Обов'язкова навчальна дисципліна
Назва структурного підрозділу	Кафедра інформаційних систем та технологій
Контактні дані розробників, які залучені до викладання	<i>Викладач:</i> Сакало Віктор , к.т.н., доцент <i>Контакти:</i> офіс 207, 2 корпус <i>e-mail:</i> viktor.sakalo@pdaa.edu.ua <i>Сторінка викладача:</i> https://www.pdau.edu.ua/people/sakalo-viktor-mykolayovych
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Спеціальність	075 Маркетинг ОПП Маркетинг
Попередні умови для вивчення навчальної дисципліни	Необхідні компетентності, сформовані під час вивчення «Інформатика», «Економічна інформатика», «Маркетинг».

Заплановані результати навчання

Мета вивчення навчальної дисципліни: 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.

Основні завдання навчальної дисципліни: 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.

Компетентності:

загальні:

ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

фахові:

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.

Програмні результати навчання:

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

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.

Програма навчальної дисципліни:

Тема 1. Теоретичні основи інформаційних відносин у суспільстві.

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. Соціальні та культурні аспекти створення інформаційного суспільства.

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

Інформаційні технології: основні поняття, визначення, види, класифікація. Алгоритм обробки інформації на основі існуючих технологій. Апаратно-ресурсне забезпечення інформаційних технологій. Інформаційні ресурси та інформаційні процеси. 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. Структура і характеристика інформаційних систем. Основні види інформаційних систем, задачі, функції та класифікація.

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

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. Технології обробки документів різних видів. Інтегровані пакети прикладних програм для обробки маркетингової інформації в умовах електронного офісу.

Тема 4. Етапи розвитку та сутність інформаційних систем у маркетингу

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.

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.

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

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.

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

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.

Тема 7. Інформаційні системи у забезпеченні відносин з клієнтами (CRM-системи)

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 ІС Online – CRM систем. Оцінка ефективності CRM систем.

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни:

Теми	Види навчальної роботи здобувачів вищої освіти						Екзамен	Разом балів
	Робота на лекціях	Виконання завдань лаб. робіт	Оформлення та захист звіту з л.р.	Самостійна робота	Комплексне завдання самостійної роботи	розв'язування тестів		
Тема 1. Теоретичні основи інформаційних відносин у суспільстві.	1	8	4	1	2	0		16
Тема 2. Інформаційні технології та системи як інструмент обробки маркетингової інформації та управління маркетинговою діяльністю.	1	4	2	1	2	0		10
Тема 3. Організація роботи та основні методи та засоби обробки інформації в умовах електронного офісу.	1	4	2	1	0	0		12
Тема 4. Етапи розвитку та сутність інформаційних систем у маркетингу.	1	4	2	1	5	0		13
Тема 5. Планування організаційних змін та впровадження інформаційних систем у маркетингу.	1	4	2	1	5	4		13
Тема 6. Інформаційні системи в маркетингу, засновані на хмарних технологіях.	1	4	2	1	0	0		8
Тема 7. Інформаційні системи у забезпеченні відносин з клієнтами (CRM-системи).	1	4	2	1	0	0		8
Екзамен							20	20
Разом балів за темами/видами робіт	7	32	16	7	14	4	20	100

Трудомісткість:

Загальна кількість годин – 90 год.

Кількість кредитів – 3,0.

Форма семестрового контролю – екзамен.

Рекомендовані джерела інформації

Основні:

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.

Допоміжні:

1. Пасічник В. В. Глобальні інформаційні системи та технології (моделі ефективного аналізу, опрацювання та захисту даних) / В.В. Пасічник, П.І. Жежнич, Р.Б. Кравець та ін. – Львів: Вид-во Національного університету «Львівська політехніка», 2006. 350 с.
2. Sakalo, V., Minkova, O., Lyashenko, S., Vakulenko, Yu., Kalinichenko, A., (2019). The role of technical services in management of innovation activities at ukrainian agricultural enterprises. Zeszyty naukowe Politechniki Śląskiej.Zarządzanie Nr 35. 127–139. DOI: 10.17512/znpcz.2019.3.11/ Index Copernicus.
3. Kalinichenko A., Minkova O., Sakalo V., Vakulenko Yu. Managing integrated systems of information streams within agrarian enterprises // Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej, Zarządzanie. 2016. № 21. P. 150–158.

Інформаційні ресурси мережі інтернет:

1. Про інформацію [Електронний ресурс] : закон України [від 13.01.2011 р. № 2938-17] . URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>
2. Про доступ до публічної інформації [Електронний ресурс] : 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
3. Топ 10 лучших CRM систем для Украины [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.livebusiness.com.ua/tools/crm/>
4. Матвійчук-Соскіна Н.О. Аналіз сучасних підходів до створення маркетингових інформаційних систем [Електронний ресурс]. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/APE/2009_8/266-272.pdf
5. Microsoft Imagine Academy. Електронний ресурс: <https://imagineacademy.microsoft.com/?whr=default>
6. Введення в BPMN. Електронний ресурс: http://optimacons.info/kb/course.php?LESSON_ID=63
7. Інтерактивне навчання роботі з Microsoft Power BI. Електронний ресурс: <https://docs.microsoft.com/ru-ru/power-bi/guided-learning/>