

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
2022 р.

Назва навчальної дисципліни	Інформаційні системи та технології в маркетингу
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 та структура (тематичний план) навчальної дисципліни:

Назви тем	Кількість годин 075Мар бд 2022			
	усього	у тому числі		
		л	лаб	с.р.
Тема 1. Теоретичні основи інформаційних відносин у суспільстві.	14	2	4	8
Тема 2. Інформаційні технології та системи як інструмент обробки маркетингової інформації та управління маркетинговою діяльністю.	12	2	2	8
Тема 3. Організація роботи та основні методи та засоби обробки інформації в умовах електронного офісу.	12	2	2	8
Тема 4. Етапи розвитку та сутність інформаційних систем у маркетингу.	14	2	4	8
Тема 5. Планування організаційних змін та впровадження інформаційних систем у маркетингу.	14	2	2	10
Тема 6. Інформаційні системи в маркетингу, засновані на хмарних технологіях.	14	2	2	10
Тема 7. Інформаційні системи у забезпеченні відносин з клієнтами (CRM-системи).	12	2	0	8
Усього годин	90	14	16	60

Оцінювання результатів навчання:

Програмні результати навчання	Форми контролю							Разом
	Робота на лекціях	Виконання завдань лаб. робіт	Оформлення та захист звіту з л.р.	Самостійна робота	Комплексне завдання самостійної роботи	розв'язування тестів	Екзамен	
ПРН 7	5	23	11	5	10	2	14	70
ПРН 10	2	9	5	2	4	2	6	30
Разом, балів	7	32	16	7	14	4	20	100

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни:

Теми	Види навчальної роботи здобувачів вищої освіти							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	Екзамен	
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	4		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	0		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

Критерії оцінювання видів навчальної роботи здобувачів вищої освіти

Вид роботи, кількість балів	Критерії оцінювання кожного виду роботи в межах зазначеної кількості балів
Робота на лекціях (0-1бал)	0 балів – студент не був присутній на лекції та не опрацював матеріал самостійно; 0,5 балів – студент веде конспект лекції, відмічає основні положення та план лекції; 1 бал – студент є присутнім на лекції, бере активну участь в обговоренні проблемних питань, відповідає на питання, веде конспект лекції.
Виконання лабораторних робіт (0-4 балів)	0 балів – студент не виконав жодної частини лабораторної роботи; 1 бали – студент виконав 50% загального обсягу завдання лабораторної роботи (обраховується від кількості завдань та проведених розрахунків), продемонстрував мінімальний рівень засвоєння програмних результатів навчання в межах окремої роботи;

	<p>2 бали – правильне виконання не менше 75 % лабораторної роботи; достатній рівень засвоєння програмних результатів навчання в межах окремої роботи, звіт оформлено в електронному вигляді з коротким описом ходу виконання роботи, відповідями на контрольні питання і захищено усно результати;</p> <p>3 бали – повне виконання за обсягом та розрахунками всіх завдань лабораторної роботи з незначними помилками, здобувач може пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень;</p> <p>4 балів - завдання лабораторної роботи самостійно та правильно виконано в повному обсязі, здобувач продемонстрував вміння використовувати інформаційні технології і програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень.</p>
оформлення та захист звітів із лабораторних робіт (0–2 бали)	<p>0 балів – здобувач не навів жодної правильної відповіді на контрольні питання і продемонстрував відсутність вмінь роботи на ПК із відповідним програмним продуктом;</p> <p>1 бал – звіт оформлено з недоліками, здобувач навів правильні відповіді на половину контрольних питань і продемонстрував посередні вміння роботи на ПК із відповідним програмним продуктом;</p> <p>2 бали – звіт оформлено згідно вимог, здобувач навів правильні відповіді на всі контрольні питання та продемонстрував вміння роботи на ПК із відповідним програмним продуктом.</p>
Самостійна робота (0-1 бал)	<p>0 балів – студент не представив виконане завдання самостійної роботи;</p> <p>1 бал – виконано завдання самостійної роботи в межах самостійного опрацювання теми, здобувач може пояснювати інформацію та використовувати її для належного провадження маркетингової діяльності.</p>
Комплексне завдання самостійної роботи (0-14 балів)	<p>0 балів – завдання не виконувалось і не представлено для перевірки</p> <p>2 бали – студент розуміє мету завдання, проведено аналіз змісту задачі, зібрано інформацію, представлено макет завдання;</p> <p>2 бали – розроблено прості форми, здобувач вміє використовувати інформаційні технології і програмні продукти для роботи з даними;</p> <p>5 балів – розроблено та заповнено основні словники (таблиці бази даних, зроблено підстановки даних), здобувач демонструє вміння відбирати та структурувати і кодувати маркетингову інформацію;</p> <p>5 балів – розроблено різні види запитів згідно завдання; здобувач демонструє діючу базу даних, вміє пояснити альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень.</p>
Розв’язування тестів: (до 20 питань) 0-4 бали	<p>0 бали – менше 49% правильних відповідей;</p> <p>1 бал – менше 59 % правильних відповідей;</p> <p>2 бал – менше 75 % правильних відповідей;</p> <p>3 бали – менше 89 % правильних відповідей;</p> <p>4 бали – більше 90 % правильних відповідей.</p>

Шкала та критерії оцінювання знань здобувача на екзамені

Вид завдання, кількість балів	Критерії оцінювання тестового завдання екзаменаційного білету в межах зазначеної кількості балів
Відповіді на теоретичні питання у вигляді тестів (відсоток правильних відповідей розраховується в програмі тестування автоматично), максимум 20 балів	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 балів – більше 20 % правильних відповідей 6 балів – більше 15% правильних відповідей 5 балів – від 5 % до 10 % правильних відповідей
Разом за екзамен	20 балів

Трудомісткість:

Загальна кількість годин – 90 год.

Кількість кредитів – 3,0.

Форма семестрового контролю – екзамен.

Політика навчальної дисципліни

У випадку проведення аудиторних занять, їх відвідування є обов'язковим. Завдання лабораторних робіт виконуються під час проведення лабораторних занять, завдання самостійної роботи виконуються відповідно до переліку завдань протягом вивчення відповідної теми. Перескладання або відпрацювання видів робіт відбувається відповідно до діючих нормативних документів Полтавського державного аграрного університету.

Під час дистанційної форми навчання є обов'язковим приєднання до конференцій згідно розкладу, а термін звітування за виконану лабораторну роботу встановлюється не пізніше ніж 24.00 того дня в який проходило заняття згідно розкладу, шляхом надсилання звіту на корпоративну пошту викладача. Звіти повинні бути виконані в текстовому редакторі і містити вичерпну інформацію про виконання завдань лабораторної роботи згідно методичних рекомендацій. У разі порушення термінів звітування відбувається зниження балів оцінювання. У разі відсутності звіту до кінця терміну вивчення теми - така робота оцінюється у 0 балів.

Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавського державного аграрного університету. Документи стосовно академічної доброчесності наведені на сторінці **АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ** ПДАУ: <https://www.pdaa.edu.ua/content/akademichna-dobrochesnist>.

Опанування даної навчальної дисципліни можливе також за програмами академічної мобільності (внутрішньої / міжнародної) за наявними укладеними угодами

(договорами) між Університетом та закладом-партнером та / або індивідуальними запрошеннями. Визнання та перезарахування результатів такого навчання відбувається спеціально створеною комісією на підставі поданих здобувачем вищої освіти відповідних документів з використанням Європейської кредитно-трансферної системи. Організаційні процеси навчання за програмами академічної мобільності регламентуються Положенням про академічну мобільність здобувачів вищої освіти Полтавського державного аграрного університету.

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/znpocz.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/>