

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Кафедра інформаційних систем і технологій

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

декан факультету
аграрного менеджменту

_____ Остапчук А.Д.
«__» _____ 2021 р.

«СХВАЛЕНО»

на засіданні кафедри інформаційних
систем і технологій
протокол №9 від «13» квітня 2021 р.
завідувач кафедри

_____ Швиденко М.З.

«РОЗГЛЯНУТО»

Гарант ОП 085 «Маркетинг»
гарант ОП

_____ Буряк Р.І.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ЕКОНОМІЧНА ІНФОРМАТИКА

Спеціальність 075 – «Маркетинг»

Освітня
Програма 075 «Маркетинг»

Факультет інформаційних технологій

Розробники Волошина Т.В., кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри інформаційних систем і технологій,
Корольчук В.І., старший викладач кафедри інформаційних
систем і технологій

1. Опис навчальної дисципліни «Економічна інформатика»

Галузь знань, спеціальність, освітній ступінь		
Ступінь освіти	Бакалавр	
Галузь знань	07 – «Управління та адміністрування»	
Спеціальність	075 – «Маркетинг»	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	Обов'язкова компонента	
Загальна кількість годин	120	
Кількість кредитів ECTS	4	
Кількість змістових модулів	3	
Курсовий проєкт (робота)	–	
Форма контролю	екзамен (1 семестр)	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки	1	–
Семестр	1	–
Лекційні заняття	15 год	–
Практичні заняття	–	–
Лабораторні заняття	45 год	–
Самостійна робота	60 год	–
Індивідуальні завдання	–	–
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми навчання	I семестр – 4 години	–

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета: навчальної дисципліни «Економічна інформатика» є отримання майбутніми маркетологами відповідного рівня фахово спрямованих теоретичних знань, формування та розвиток спеціальних умінь і практичних навичок з основ інформаційних технологій, а також використання інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) з метою успішного здійснення професійної діяльності у маркетинговій сфері відповідно до спеціальності «Маркетинг».

Завдання: полягає в отриманні навичок студентами використовувати прикладне програмне забезпечення у маркетинговій сфері, що в кінцевому результаті сприятиме професійній адаптації в сучасному інформаційному просторі.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

знати: основні поняття та термінологію курсу, правила та алгоритми опрацювання даних за допомогою різних цифрових інструментів в сучасному інформаційному просторі.

вміти: використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію, застосовувати ІКТ для опрацювання даних та організації колективної роботи по їх створенню та повторному використанню.

Навчальна дисципліна забезпечує формування

загальних компетентностей:

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК11. Здатність працювати в команді.

фахових компетентностей:

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент набуде певні програмні результати навчання, а саме:

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

ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

3. Програма та структура навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Цифрові інструменти для сучасного маркетолога

Лекція №1. Хмарні сервіси Google в професійній діяльності маркетолога (2 год)

Поняття «хмарні технології», категорії та моделі розгортання хмар. Хмарні сервіси Google та приклади використання в маркетинговій діяльності. Робота з спільними Документами, Таблицями, Презентаціями Google. Налаштування сервісів Google для комунікації та планування роботи. Поняття «інформаційний пошук», основні етапи та види інформаційного пошуку. Маркетингові платформи на основі відкритих даних. Сервіси для скорочення посилань.

Лекція №2. Хмарні сервіси Microsoft 365 в маркетинговій сфері (2 год)

Хмарний інтернет-сервіс і програмне забезпечення компанії Microsoft, що розповсюджується за схемою «програмне забезпечення + послуги». Хмарні сервіси Microsoft 365 для комунікації, колаборації, кооперації та приклади роботи використання в маркетинговій діяльності. Налаштування доступу корпоративного рівня до електронної пошти, обміну файлами та онлайн-зустрічей. Створення цифрового контенту з використанням сервісів Sway, OneNote та ін.

Лекція №3. Цифрові інструменти для колективної роботи маркетолога (2 год)

Робота в групі як учасника залежно від домінуючого типу поведінки в колективі, формування власного внеску у виконання завдань команди. Що необхідно вміти цифровому маркетологу? Що важливо для ефективного роботи команди? Як керувати розподіленою командою? Використання хмарних сервісів Microsoft Office 365 та Google для колективної роботи. Переваги використання хмарних сервісів в процесі колективної роботи. Планування роботи з використанням ментальних карт. Поширені інструменти для онлайн зустрічей (Cisco Webex Meeting, Skype, Google Hangouts Meet, Zoom). Спільна робота в реальному часі з використанням хмарних сервісів (Trello, Asana, Worksection, Notion, Teams, SharePoint). Онлайн дошки для обговорення колективних проєктів (Conceptboard, Planner, Miro, Whiteboard).

Змістовий модуль 2. Створення цифрового контенту для маркетингової діяльності

Лекція №4. Візуалізація маркетингового контенту (2 год)

Вимоги для змісту презентацій, створення презентацій в Microsoft Power Point, збереження презентації для розміщення у ресурсах інтернет, створення колективних презентацій за допомогою Презентацій Google, правило 10-20-30, створення інтерактивних мультимедійних презентацій з нелінійною структурою за допомогою вебсервісу Prezi.com, інтерактивних презентації Sway. Сервіси для створення інфографіки (Piktochart, Creately, Dipity, Venngage, Visual.ly),

прикладі використання в маркетинговій сфері. Сервіси для створення власних портфоліо. Сервіси для розробки процедури (алгоритму) вирішення маркетингових проблем (Microsoft Visio, Draw.io, Miro).

Лекція №5. Опрацювання маркетингової інформації в текстовому редакторі (2 год)

Поширене програмне забезпечення для опрацювання текстової маркетингової інформації (Microsoft Word, LibreOffice Writer, OpenOffice Writer, WordPerfect Office, Microsoft Word Online, Документи Google). Опрацювання інформації з національних і міжнародних джерел, структурування в текстовому редакторі. Функції та можливості текстового редактора для форматування та структурування маркетингової. Розмітки тексту та створення колонтитулів, пошук і заміна тексту, недрукованих символів, встановлення стилів, створення автоматичного змісту документу, перехресних посилань.

Змістовий модуль 3. Табличний редактор для сучасного маркетолога

Лекція №6-7. Аналіз та обробка маркетингових даних засобами табличного редактора (5 год)

Поширене програмне забезпечення для статистичної обробки маркетингової інформації (Microsoft Excel, LibreOffice Calc, OpenOffice Calc, Microsoft Excel Online, Таблиці Google). Форматування таблиці та окремих складових; застосування статистичних та логічних функцій; фінансових функцій; текстових функцій та дати і часу; побудова діаграм; умовне форматування. Поняття бази даних, умови для створення бази даних, формування списку, структура бази даних, обробка списків за допомогою форми даних, сортування списків. Візуалізація даних засобами табличного редактора. Створення зведеної таблиці для аналізу даних, побудова зведених діаграм, часових шкал та роздільників.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	всього	у тому числі					всього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Змістовий модуль 1. Цифрові інструменти для сучасного маркетолога												
Хмарні сервіси Google в професійній діяльності маркетолога	10	2		6		2						
Хмарні сервіси Microsoft 365 в маркетинговій сфері	8	2		6								
Цифрові інструменти для колективної роботи маркетолога	22	2		6		14						
Разом за змістовим модулем 1	40	6		18		16						

Змістовний модуль 2. Створення цифрового контенту для маркетингової діяльності											
Візуалізація маркетингового контенту	16	2		6		8					
Опрацювання маркетингової інформації в текстовому редакторі	8	2		6							
Разом за змістовим модулем 2	24	4		12		8					
Змістовий модуль 3. Табличний редактор для сучасного маркетолога											
Аналіз та обробка маркетингових даних засобами табличного редактора	56	5		15		36					
Разом за змістовим модулем 3	56	5		15		36					
Всього	120	15		45		60					

6. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Пошукова система - світ пошуку та комунікації для сучасного маркетолога	2
2	Хмарні сервіси Google в професійній діяльності маркетолога	4
3	Організація роботи маркетолога з використанням Microsoft 365	6
4	Колективна робота цифрового маркетолога	6
5	Презентації – один із способів візуалізації маркетингової інформації	2
6	Інфографіка – візуальний спосіб передачі маркетингових даних	2
7	Ефективні колективні презентації у роботі маркетолога	2
8	Робота в текстовому редакторі сучасного маркетолога	4
9	Спільна робота з використанням Документи Google	2
10	Аналіз та обробка маркетингових даних засобами табличного редактора	15
Всього		45

Самостійна робота

Неформальна онлайн освіта на основі МВОК (проходження онлайн курсів програми МВОК «Prometheus») та виконання завдань

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Визначення цифрової компетентності маркетолога з використанням хмарних сервісів (до і після)	2
2	Курс «Цифрові комунікації в глобальному просторі»	14
3	Курс «Візуалізація даних»	8
4	Курс «Word та Excel: інструменти і лайфхаки»	36
	Разом	60

8. Методи навчання

При викладанні навчальної дисципліни використовуються такі методи навчання:

- М1. Лекція (інтерактивна, проблемна)
- М2. Лабораторна робота
- М3. Проблемне навчання
- М4. Проєктне навчання (індивідуальне, малі групи, групове)
- М5. Онлайн навчання

9. Форми контролю

При викладанні навчальної дисципліни використовуються такі методи контролю:

- МК1. Тестування
- МК2. Контрольне завдання
- МК3. Розрахункова робота
- МК4. Методи усного контроль
- МК5. Екзамен

10. Розподіл балів, які отримують студенти

Розподіл балів, які отримують студенти. Оцінювання знань студента відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 «Положення про екзамени та заліки у НУБіП України» (наказ про уведення в дію від 27.12.2019 р. № 1371)

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання	
	екзаменів	заліків
90-100	Відмінно	Зараховано
74-89	Добре	
60-73	Задовільно	
0-59	Незадовільно	Не зараховано

Для визначення рейтингу студента (слухача) із засвоєння дисципліни $R_{\text{дис}}$ (до 100 балів) одержаний рейтинг з атестації (до 30 балів) додається до рейтингу студента (слухача) з навчальної роботи $R_{\text{НР}}$ (до 70 балів): $R_{\text{дис}} = R_{\text{НР}} + R_{\text{ат}}$.

11. Методичне забезпечення

1. Електронний навчальний курс, розроблений на базі платформи LMS Moodle, розміщений на навчальному порталі факультету інформаційних технологій за адресою: <https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=2753>

12. Рекомендована література

Базова

1. Швиденко М.З., Ткаченко О.М., Глазунова О.Г., Мокрієв М.В., Матус Ю.В., Попов О.Є. Інформатика та комп'ютерна техніка. Підручник. К.: Інтерсервіс, 2014.
2. Литвинова С.Г., Спирін О.М., Анікіна Л.П. Хмарні сервіси Office 365: навчальний посібник, Київ: Компрінт, 2015.
3. Уокенбах Д., Excel 2016. Библия пользователя. Чехов, Компьютерное издательство “Диалектика”, 2018.

Допоміжна

4. Нелюбов В. О., Куруца О. С., Основи інформатики. Microsoft Excel 2016: навчальний посібник. Ужгород, Україна: ДВНЗ «УжНУ», 2018.
5. Нелюбов В. О., Куруца О. С., Основи інформатики. Microsoft PowerPoint 2016: навчальний посібник. Ужгород, Україна: ДВНЗ «УжНУ», 2018.
6. Нелюбов В. О., Куруца О. С., Основи інформатики. Microsoft Word 2016: навчальний посібник. Ужгород, Україна: ДВНЗ УжНУ, 2018.

13. Інформаційні ресурси

1. Prometheus. Електронний ресурс: <https://prometheus.org.ua/>
2. Microsoft Imagine Academy. Електронний ресурс: <https://imagineacademy.microsoft.com/?whr=default>