

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Кафедра інформаційних систем і технологій

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

декан факультету

аграрного менеджменту

_____ Остапчук А.Д.

«__»_____ 2020 р.

РОЗГЛЯНУТО І СХВАЛЕНО

на засіданні кафедри інформаційних
систем і технологій

протокол №9 від «22» квітня 2020 р.

завідувач кафедри

_____ Швиденко М.З.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ В МАРКЕТИНГУ

Галузь знань 07 – «Управління та адміністрування»

Спеціальність 075 – «Маркетинг»

Освітня
програма «Маркетинг»

Факультет інформаційних технологій

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

1. Опис навчальної дисципліни «Інформаційні системи в маркетингу»

Галузь знань, спеціальність, освітній ступінь		
Ступінь освіти	Бакалавр	
Галузь знань	07 – «Управління та адміністрування»	
Спеціальність	075 – «Маркетинг»	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	Вибіркова компонента	
Загальна кількість годин	150	
Кількість кредитів ECTS	5	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проєкт (робота)	–	
Форма контролю	екзамен (3 семестр)	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки	2	–
Семестр	3	–
Лекційні заняття	15 год	–
Практичні заняття	–	–
Лабораторні заняття	45 год	–
Самостійна робота	90 год	–
Індивідуальні завдання	–	–
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми навчання	I семестр – 4 години	–

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета навчальної дисципліни «Інформаційні системи в маркетингу» є отримання майбутніми маркетологами відповідного рівня фахово спрямованих теоретичних знань, формування та розвиток спеціальних умінь і практичних навичок з розробки та використання сучасних інформаційних систем для ефективного здійснення управлінської діяльності у маркетинговій сфері відповідно до спеціальності 075 «Маркетинг».

Основними **завданнями** навчальної дисципліни є підготовка студентів з наступних питань:

- сутність інформаційних систем та їх значення в маркетинговій сфері діяльності;
- методологія розробки інформаційних систем, визначення їх якості та ефективності;
- використання інформаційні системи управління взаємовідносин з клієнтами;
- проєктування маркетингових інформаційних систем;
- використанням інструментарію Microsoft Power BI, Dynamics 365 в маркетинговій діяльності.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

знати етапи створення інформаційних систем, різновиди інформаційних систем та їх структуру, зміст функціональної частини інформаційних систем, склад та зміст забезпечувальної частини інформаційних систем, системи бізнес-аналітики та візуалізації даних.

вміти застосовувати набуті знання та навички у роботі з інформаційними маркетинговими системами та системами управління взаємовідносинами з клієнтами, що використовуються в маркетинговій сфері діяльності, приймати управлінські рішення на підставі інформації, отриманої за допомогою інформаційної системи та також використовувати інструментарії Microsoft Power BI та Dynamics 365.

Навчальна дисципліна забезпечує формування загальних

загальних компетентностей:

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

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

ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

фахових компетентностей:

СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент набере 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.

3. Програма та структура навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Інформаційні системи управління маркетинговою діяльністю

Тема лекційного заняття 1. Основні поняття та безпека інформаційних систем (3 год)

Поняття інформаційної системи. Типова структура та складові інформаційної системи. Класифікація існуючих інформаційних систем. Рівні та складові інформаційних систем в організації. Методологічна основа побудови керованих інформаційних систем. Методологія експлуатації інформаційних систем. Функції та вимоги інформаційних систем. Безпека інформаційних систем. Етичні аспекти використання інформаційних систем. Аналіз та проектування інформаційної системи. SWOT-аналізу та побудова матриці рішень.

Тема лекційного заняття 2. Маркетингові інформаційні системи (2 год)

Поняття маркетингових інформаційних систем. Завдання маркетингових інформаційних систем та їх роль в реалізації міжнародного маркетингу. Концепція функціонування та моделі маркетингової інформаційної системи. Підсистеми зовнішньої та внутрішньої маркетингової інформації. Проектування маркетингової інформаційної системи.

Тема лекційного заняття 3. Автоматизоване управління бізнес-процесами (2 год)

Поняття бізнес-процесу, його життєвий цикл та засоби моделювання і виконання бізнес-процесів. Поняття управління бізнес-процесами та системи його автоматизації. Нотація мови моделювання бізнес-процесів BPMN. Концепції мови виконання бізнес-процесів BPEL. Характеристика мови моделювання бізнес-процесів BPMML. Призначення мови запитів бізнес-процесів BPQL. Розумне управління бізнес-процесами за допомогою Camunda BPM.

Тема лекційного заняття 4. Інформаційні системи управління взаємовідносинами з клієнтами: CRM-системи (2 год)

Що таке CRM-система і як вона працює, цілі та функції CRM-систем, класифікація та аналітичні можливості CRM-систем, рейтинги та огляд CRM-систем для бізнесу, платні та безкоштовні CRM-системи, як вибрати CRM-систему та особливості використання, приклади кращих CRM-систем для бізнесу та фрілансу, аналітичні CRM-системи, оперативні CRM-системи, онлайн CRM-системи.

Змістовий модуль 2. Цифрові інструментарії для провадження маркетингової діяльності

Тема лекційного заняття 5. Розробка інформаційної моделі бази даних (2 год)

Загальні поняття про бази даних. Призначення баз даних, основні властивості бази даних (відновлюваність, безпека, цілісність, ефективність). Основні елементи структури бази даних. Системи управління базами даних (СУБД). Основні функції СУБД. Реляційні бази даних. Поняття реляційної бази даних. Відносини між таблицями в реляційній базі даних. Зв'язки між таблицями. Види зв'язків. Ключі та використання ключів. Тип даних для зберігання графічних елементів. Поняття цілісності даних. Проектування бази даних в Access. Створення таблиць. Побудова зв'язків між таблицями. Введення та редагування даних в таблиці. Типи полів таблиць та ключі. Використання конструктора для побудови зв'язків між таблицями. Використання конструктора для побудови запитів. Типи запитів. Перетворення запитів в SQL. Побудова звітів. Імпорт або зв'язування даних з іншого джерела (Microsoft Excel).

Тема лекційного заняття 6. Бізнес-аналітика і Power BI для роботи сучасного маркетолога (2 год)

Поняття бізнес-аналітики. Основна концепція бізнес-аналітики, огляд засобів самостійної бізнес-аналітики, екосистема Microsoft Power BI. Сфери застосування Power BI Desktop. Використання Microsoft Power BI в маркетинговій діяльності. Системні вимоги та інтерфейс Power BI Desktop. Використання різних форматів файлів. Робота в Power BI Service та Power BI Desktop. Інтерфейс Power BI Desktop. Підключення джерела даних. Фільтри, сортування та інтерактивність, експорт даних. Створення звітів, їх копій та оптимізація моделі для них.

Тема лекційного заняття 7. Автоматизація маркетингу з Dynamics 365 (2 год)

Ознайомлення з версіями Microsoft Dynamics CRM 365. Знайомство з структурою Dynamics 365, огляд інтерфейсів, пристроїв і додатків, налаштування Dynamics 365. Автоматизація взаємодії з клієнтами на базі Microsoft Dynamics CRM. Використання різних модулів в Microsoft Dynamic 365 для управління потоками процесів. Інтеграція платформи живлення в Microsoft Dynamics 365. Структурування різних загальних моделей даних, такі як записи,

сегментні діаграми тощо. Автоматизація процесів за допомогою інтеграції Microsoft Flow. Автоматизації маркетингу в Dynamics 365 Marketing.

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
Змістовний модуль 1. Інформаційні системи управління маркетинговою діяльністю												
Основні поняття та безпека інформаційних систем	12	3		7		2						
Маркетингові інформаційні системи	11	2		7		2						
Автоматизоване управління бізнес-процесами	18	2		6		10						
ІС управління взаємовідносинами з клієнтами: CRM-системи	12	2		6		4						
Разом за змістовим модулем 1	53	9		26		18						
Змістовний модуль 2. Цифрові інструментарії для провадження маркетингової діяльності												
Розробка інформаційної моделі бази даних	20	2		6		12						
Бізнес-аналітика і Power BI для роботи сучасного маркетолога	32	2		6		24						
Автоматизація маркетингу з Dynamics 365	45	2		7		36						
Разом за змістовим модулем 2	97	6		19		72						
Всього	150	15		45		90						

6. Темі лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Інформаційні системи для ведення маркетингової діяльності	7
2	Розробка маркетингової інформаційної системи	7
3	Моделювання бізнес-процесів за нотацією BPMN	6
4	CRM-системи для бізнесу та фрілансу	6
5	Бази даних в електронному маркетингу	6
6	Моделювання та візуалізація маркетингових даних в сервісі Power BI	6

7	Автоматизація маркетингу з Dynamics 365	7
Всього		45

Самостійна робота

Неформальна онлайн освіта на основі МВОК (проходження онлайн курсів) та виконання завдань

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Складові ІС та їх безпека в сучасному цифровому суспільстві	2
2	Маркетингові інформаційні системи	2
3	Елементи нотації BPMN	10
4	Використання CRM систем в маркетингу	4
5	Короткий посібник користувача Access	12
6	Курс «Інтерактивне навчання роботи з Microsoft Power BI»	19
7	Як працювати з Microsoft Power BI – детальний посібник	7
8	Dynamics 365 Marketing	36
	Разом	90

8. Методи навчання

При викладанні навчальної дисципліни використовуються такі методи навчання:

- М1. Лекція (інтерактивна, проблемна)
- М2. Лабораторна робота
- М3. Проблемне навчання
- М4. Проектне 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=2606>

12. Рекомендована література

Базова

1. Оксанич А. П., Петренко В. Р., Костенко О. П. Інформаційні системи і технології маркетингу. К. : «Видавничий дім «Професіонал», 2018.
2. Пінчук Н. С., Галузинський Г. П. Інформаційні системи і технології в маркетингу: навч. посібник. К. : КНЕУ, 2016.

Допоміжна

3. Батюк А. Є., Дзуліт З. П., Обельовська К. М. Інформаційні системи в менеджменті. Львів: Національний університет «Львівська політехніка», «Інтелект-Захід», 2014.
4. Сорока П.М., Харченко В.В., Харченко Г.А. Інформаційні системи і технології в управлінні організацією: Навч. посіб, К.: ЦП «Компринт», 2019.

13. Інформаційні ресурси

1. Microsoft Imagine Academy. Електронний ресурс: <https://imagineacademy.microsoft.com/?whr=default>
2. Введення в BPMN. Електронний ресурс: http://optimacons.info/kb/course.php?LESSON_ID=63
3. Інтерактивне навчання роботі з Microsoft Power BI. Електронний ресурс: <https://docs.microsoft.com/ru-ru/power-bi/guided-learning/>