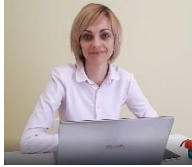




СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «Економічна інформатика»

	<p>Ступінь вищої освіти – Бакалавр Спеціальність 075 - МАРКЕТИНГ Освітня програма «Маркетинг» Рік навчання 1, семестр 1 Форма навчання денна Кількість кредитів ЄКТС 4 Мова викладання українська</p>
Викладач курсу	
Контактна інформація лектора (e-mail)	<p>Волошина Тетяна Володимирівна, к.п.н., доцент кафедри (портфоліо) кафедра інформаційних систем і технологій, корпус 15, к. 212, тел. 527-87-32 e-mail t-voloshina@nubip.edu.ua</p>
Сторінка курсу на платформі Moodle	ЕНК: https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=2753

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Вивчення навчальних матеріалів дисципліни сприяє отриманню майбутніми бакалаврами з маркетингу відповідного рівня теоретичних знань, формування і розвиток спеціальних вмінь, практичних навичок з інформаційних систем з метою успішного здійснення професійної організації та використання інформаційних і комунікаційних технологій в маркетинговій практиці (хмарних сервісів Microsoft Office 365, Google, інструментів для командної роботи, візуалізації даних, офісного програмного забезпечення та спеціальних додатків та сервісів для фахівців з сфери маркетингу).

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 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.

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

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції/ лабораторні)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
Модуль 1				
Хмарні сервіси Google в професійній діяльності маркетолога	2/6	Здатність використовувати хмарні сервіси Google, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію	Виконання лабораторних робіт	25
			Виконання самостійної роботи	5
Хмарні сервіси Microsoft 365 в маркетинговій сфері	4/6	Здатність використовувати хмарні сервіси Microsoft 365 необхідні для належного провадження маркетингової діяльності, комунікувати та співпрацювати онлайн	Виконання лабораторних робіт	25
Цифрові інструменти для колективної роботи маркетолога	2/6	Вміння фахово самоорганізуватись, залежно від домінуючого типу поведінки в колективі та ефективно використовувати інформаційні і комунікаційні технології для організації колективної роботи маркетолога, розвинути особисті навички, а саме визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань та взятих обов'язків, гнучко мислити, відкритими до нових знань, бути критичним і самокритичним	Виконання лабораторної роботи	20
			Виконання самостійної роботи (неформальна online освіта на основі МВОК)	15
Модульний контроль			Підсумковий тест в ЕНК	10
Модуль 2				
Візуалізація маркетингового контенту	2/6	Належно використовувати цифрову і статистичну інформацію, отриману з першоджерел, вторинних джерел, вміння візуалізувати різні види маркетингової інформації, логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу, розвинути навички самостійної роботи	Виконання лабораторних робіт	40
			Виконання самостійної роботи (неформальна online освіта на основі МВОК)	15
Опрацювання маркетингової інформації в текстовому редакторі	2/6	Вміння збирати з першоджерел та вторинних джерел інформацію, опрацьовувати маркетингову інформацію в текстовому редакторі для практичного застосування в маркетинговій діяльності	Виконання лабораторних робіт	25
Модульний контроль			Підсумковий тест в ЕНК	20
Модуль 3				
Аналіз та обробка маркетингових даних засобами	5/15	Вміння формувати статистичну інформацію отриману з першоджерел та вторинних джерел використовуючи таблиці Google, аналізувати та	Виконання лабораторних робіт	70
			Виконання самостійної роботи (неформальна	20

табличного редактора	опрацьовувати маркетингові дані засобами табличного редактора, здійснювати розрахунки з використанням функцій MS Excel для аналізу діяльності маркетингової сфери та візуалізувати відповідну інформацію для належного провадження маркетингової діяльності, розвинути навички самостійної роботи	online освіта на основі МВОК)	
Модульний контроль		Підсумковий тест в ЕНК	10
Всього			70
Екзамен		Тест, практичні завдання, співбесіда	30
Всього за курс			100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

<i>Політика щодо дедлайнів та перескладання:</i>	Дедлайни встановлені в ЕНК у кожному з завдань. Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку відповідно до зазначених критеріїв оцінювання у ЕНК. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
<i>Політика щодо академічної доброчесності:</i>	Списування під час виконання практичних та самостійних робіт, тестування та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів).
<i>Політика щодо відвідування:</i>	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в дистанційній онлайн режимі за погодженням із деканом факультету)

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ СТУДЕНТІВ

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання екзамену	
	екзаменів	заліків
90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	
60-73	задовільно	
0-59	незадовільно	не зараховано