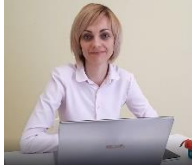




## СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ В МАРКЕТИНГУ»

	<p>Ступінь вищої освіти – Бакалавр Спеціальність 075 - МАРКЕТИНГ Освітня програма «Маркетинг» Рік навчання 2, семестр 3 Форма навчання денна Кількість кредитів ЄКТС 5 Мова викладання українська</p>
<p>Викладач курсу</p>	 <p>Волошина Тетяна Володимирівна, к.п.н., доцент кафедри (<a href="#">портфоліо</a>)</p>
<p>Контактна інформація лектора (e-mail)</p>	<p>кафедра інформаційних систем і технологій, корпус 15, к. 212, тел. 527-87-32 e-mail <a href="mailto:t-voloshina@nubip.edu.ua">t-voloshina@nubip.edu.ua</a></p>
<p>Сторінка курсу на платформі Moodle</p>	<p>ЕНК: <a href="https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=2606">https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=2606</a></p>

### ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Вивчення навчальних матеріалів дисципліни сприяє отриманню майбутніми бакалаврами освітньої програми «Маркетинг» відповідного рівня теоретичних знань, формування і розвиток спеціальних вмінь, практичних навичок з розробки та використання сучасних інформаційних систем для ухвалення маркетингових рішень в маркетинговій сфері, використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

#### **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.

### СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції/ лабораторні)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
<b>Модуль 1</b>				
Основні поняття та безпека інформаційних систем	3/7	Вміння розробляти рекомендації щодо підвищення ефективності ІС, здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу	Тестування за темою (на основі неформальної онлайн освіти)  Виконання лабораторних робіт	5  15
Маркетингові інформаційні системи	2/7	Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності, здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу	Тестування за темою (на основі неформальної онлайн освіти)  Виконання лабораторних робіт	5  15
Автоматизоване управління бізнес-процесами	2/6	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу	Тестування за темою (на основі неформальної онлайн освіти)  Виконання лабораторних робіт	5  10
ІС управління взаємовідносинами з клієнтами: CRM-системи	2/6	Вміння використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень	Тестування за темою (на основі неформальної онлайн освіти)  Виконання лабораторних робіт	5  10
<b>Модульний контроль</b>			Підсумковий тест в ЕНК	<b>10</b>
<b>Модуль 2</b>				
Розробка інформаційної моделі бази даних	2/6	Вміння створювати та управляти базою даних, будувати таблиці, створювати запити, форми, звіти	Тестування за темою (на основі неформальної онлайн освіти)  Виконання лабораторних робіт	5  15
Бізнес-аналітика і Power BI для роботи сучасного маркетолога	2/6	Вміння застосовувати програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності	Тестування за темою (на основі неформальної онлайн освіти)  Виконання лабораторних робіт	10  15
Автоматизація маркетингу з Dynamics 365	2/7	Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та	Тестування за темою (на основі неформальної онлайн освіти)	<b>10</b>

	функціональних зв'язків між її складовими	Виконання лабораторних робіт	<b>15</b>
<b>Модульний контроль</b>		Підсумковий тест в ЕНК	<b>10</b>
<b>Всього</b>			<b>70</b>
<b>Екзамен</b>		<b>Тест, практичні завдання, співбесіда</b>	<b>30</b>
<b>Всього за курс</b>			<b>100</b>

### ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

<b><i>Політика щодо дедлайнів та перескладання:</i></b>	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).
<b><i>Політика щодо академічної доброчесності:</i></b>	Списування під час виконання практичних та самостійних робіт, тестування та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів).
<b><i>Політика щодо відвідування:</i></b>	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