**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО**

**Факультет економіки та бізнесу**

Кафедра маркетингу

ПОГОДЖЕНО ЗАТВЕРДЖЕНО

Гарант ОПП Зав.кафедри маркетингу

к.е.н.,доцент\_\_\_\_\_Анастасія КОНОВАЛЕНКО д.е.н., професор\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Дар’я ЛЕГЕЗА

«\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2020 р. «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2020 р.

**ПРОГРАМА НАВЧАННЯ ЗДОБУВАЧІВ ВО - СИЛАБУС**

з дисципліни ***«Інформаційні системи у маркетингу» (обов’язкова) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_***

*(найменування та статус компоненти: обов’язкова або за вибором студента)*

для спеціальності 075 «Маркетинг» за ОПП «Маркетинг»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*(шифр, найменування спеціальності, освітньої програми)*

форма навчання *денна*

*(денна, заочна)*

Кількість кредитів 6 кредитів

Курс 4

Семестр 1-й

Змістових модулів (підсумкових модульних контролів) – 2

СРС *114 годин*

Форма контролю *екзамен*

*(екзамен або диференційований залік)*

Загальна кількість годин 180 годин

2020-2021 н.р.

**«ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ У МАРКЕТИНГУ». Силабус** для здобувачів ступеня вищої освіти «Бакалавр» факультету економіки та бізнесу, спеціальності 075 «Маркетинг» - Мелітополь: ТДАТУ імені Дмитра Моторного, 2020. – 6 с.

Силабус складений на підставі «Положення про програму навчання здобувачів вищої освіти – силабус» Мелітополь: ТДАТУ, 2019. – 16с.

Розробник(и): Коноваленко А.С., к.е.н., доцент

Рецензент: Болтянська Л.О., к.е.н., доцент

Силабус затверджений на засіданні кафедри «Маркетинг»

Протокол № *\_\_\_*  від «*\_\_\_* » *\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_* 2020 року

Завідувач кафедри «Маркетинг»

д.е.н, професор \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Дар’я ЛЕГЕЗА

Схвалено методичною комісією факультету економіки та бізнесу зі спеціальності

075 «Маркетинг» ступеня вищої освіти «Магістр»

Протокол № *\_\_\_*  від «*\_\_\_* » *\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_* 2020 року

Голова, доц. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Анна КОСТЯКОВА

*© Коноваленко А.С., ТДАТУ, 2020 рік*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| |  | | --- | | 1. **Анотація курсу та Веб-сайт його розміщення** | | | | | |
| Курс передбачає дослідження напрямів застосування сучасних інформаційних систем і технологій, їх раціонального використання у системі управління маркетинговою діяльністю підприємства, оцінки ефективності їх функціонування. | | | | |
| **Веб-сайт курсу** | | http://op.tsatu.edu.ua/course/view.php?id=1413 (доступ через особистий логін і пароль для освітнього порталу ТДАТУ) | | |
| 1. **Мета викладання дисципліни** | | | | |
| Формування знань у здобувачів вищої освіти знань та практичних навиків формування знань і навичок щодо сучасних інформаційних систем і технологій, їх раціонального використання у системі управління маркетинговою діяльністю підприємства, оцінки їх ефективності функціонування. | | | | |
| 1. **Завдання вивчення дисципліни** | | | | |
| * + опанування знаннями та практичними навичками щодо застосування сучасних концепцій інформаційних систем маркетингу, основах їх розробки, джерелах поновлення баз даних, ознайомлення з провідними програмними продуктами інформаційного забезпечення маркетингу, які використовуються в Україні та інших країнах;   + набуття вмінь застосування інформаційних технологій для накопичення, обробки та подальшого використання маркетингової інформації. | | | | |
| 1. **Результати навчання – компетентності (з урахуванням soft skills)** | | | | |
| Програмні результати, досягнення яких забезпечує навчальна дисципліна: | | | | |
| **знання** | - видів сучасних інформаційних технологій оброблення, зберігання та передачі економічної інформації, їх характеристики;  - основ організації маркетингу в Internet;  - основ безпеки даних та захисту інформації;  - системних аспектів інформатизації бізнесу організацій;  - основних класифікацій інформаційних систем та їх характеристики;  - структури і принципів організації інформаційних систем;  - сучасних підходів до створення інформаційних систем;  - основних стандартів корпоративних інформаційних систем;  - новий концепцій корпоративних інформаційних систем. | | | |
| **уміння** | - аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності (РН02);  - збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію (РН04);  - виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб’єктів (РН05);  - використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію (РН07);  - застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб’єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища (РН08);  - оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень (РН09);  - демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології (РН17). | | | |
| **комунікація** | доносити користувачам маркетингової інформації обґрунтовані відомості та дані щодо доцільності застосування тих чи інших інформаційних технологій для вирішення конкретних маркетингових завдань суб’єктами господарювання. | | | |
| **soft skills** | демонструвати навички самостійної роботи, приймати самостійні рішення щодо вибору оптимальних засобів представлення інформації, демонструвати здібності письмової, усної, графічної презентації отриманих даних, демонструвати творчий підхід у виборі інструментів для виконання поставлених завдань. | | | |
| Після успішного проходження курсу здобувач вищої освіти володітиме наступними компетенціями: | | | | |
| * + - ІК. Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів маркетингу та характеризується комплексністю та невизначеністю умов.     - ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов’язків.     - ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.     - ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.     - ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. | | | | |
| 1. **Пререквізити** | | | | |
| **Дисципліни, що передують вивченню даної дисципліни** | | | | Безпека життєдіяльності та охорона праці |
| 1. **Постреквізити** | | | | |
| **Дисципліни, які спираються на вивчення даної дисципліни** | | | | Обґрунтування маркетингових рішень та ризиків |
| 1. **Інформація про викладача** | | | | |
| **Викладач (-і)** | | Коноваленко Анастасія Сергіївна, доц., к.е.н., доцент кафедри маркетингу; http://feb.tsatu.edu.ua/teacher/konovalenko-anastasiya-sergiyivna/ | | |
| **E-mail викладача** | | [anastasiia.konovalenko@tsatu.edu.ua](mailto:anastasiia.konovalenko@tsatu.edu.ua) | | |
| 1. **Структура курсу** | | | | |
| |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | **Номер тижня** | **Вид занять** | | **Тема заняття та завдання на самостійну роботу** | | **Кількість** | | | | | | | | | | **годин** | | | | | | | **балів** | | **лк** | **лаб** | | | **пр.** | **СРС** | | | **Змістовний модуль 1 *«Основи створення і функціонування інформаційних систем маркетингу»*** | | | | | | | | | | | | | | | | 1,2 | Лекція 1 | | Інформація в управлінні маркетинговою діяльністю та її характеристика | | 4 |  | | |  |  | |  | | Практичне  заняття 1 | | Організація позамашинної інформаційної бази | |  |  | | | 8 |  | | 4 | | Самостійна  робота | | Робота на навчально-інформаційному порталі | |  |  | | |  | 12 | | 3 | | 3,4 | Лекція 2 | | Характеристика інформаційних систем маркетингу | | 4 |  | | |  |  | |  | | Практичне заняття 2 | | Концепція маркетингу в мережі Інтернет | |  |  | | | 8 |  | | 4 | | Самостійна  робота | | Робота на навчально-інформаційному порталі | |  |  | | |  | 12 | | 3 | | 5,6 | Лекція 3 | | Типові технологічні засоби пошуку, збирання і нагромадження маркетингової інформації | | 4 |  | | |  |  | |  | | Практичне  заняття 3 | | Характеристика аудиторії мережі Інтернет | |  |  | | | 8 |  | | 4 | | Самостійна  робота | | Робота на навчально-інформаційному порталі | |  |  | | |  | 12 | | 3 | | 7 | Лекція 4 | | Інформаційно-аналітичні методи і моделі підтримки прийняття маркетингових рішень | | 2 |  | | |  |  | |  | | Практичне  заняття 4 | | Комунікаційні характеристики середовища Інтернет | |  |  | | | 4 |  | | 3 | | Самостійна  робота | | Робота на навчально-інформаційному порталі | |  |  | | |  | 12 | | 1 | | 7,8 | Самостійна  робота | | Підготовка до написання ПМК І | |  |  | | |  | 10 | |  | | ПМК І | | Підсумковий контроль за модуль І | |  |  | | |  |  | | 10 | | ***Всього за змістовий модуль 1 – 100 год.*** | | | | | **14** | |  | | **28** | **58** | | **35** | | **Змістовний модуль 2 «*Засоби використання сучасних інформаційних технологій обробки маркетингової інформації»*** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 9 | | Лекція 5 | | Сучасні програмні продукти для управління маркетинговою діяльністю | 2 | | |  |  |  |  | | | | | | | Практичне  заняття 5 | | Формування системи маркетингу підприємства в мережі Інтернет |  | | |  | 4 |  | 4 | | | | | | | Самостійна  робота | | Робота на навчально-інформаційному порталі |  | | |  |  | 12 | 2 | | | | | | | 10 | | Лекція 6 | | Організація маркетингових досліджень з використанням комп’ютерних технологій оброблення інформації | 2 | | |  |  |  |  | | | | | | | Практичне  заняття 6 | | Веб-сервер як елемент системи маркетингу мережі Інтернет |  | | |  | 4 |  | 4 | | | | | | | Самостійна  робота | | Робота на навчально-інформаційному порталі |  | | |  |  | 12 | 2 | | | | | | | 11 | | Лекція 7 | | Інформаційна технологія розв’язання задач з дослідження ринку та попиту на товари | 2 | | |  |  |  |  | | | | | | | Практичне  заняття 7 | | Інформаційні системи управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM-системи) |  | | |  | 4 |  | 4 | | | | | | | Самостійна  робота | | Робота на навчально-інформаційному порталі |  | | |  |  | 12 | 3 | | | | | | | 12, 13 | | Лекція 8 | | Інформаційна технологія розв’язання задач з маркетингової діяльності підприємства | 2 | | |  |  |  |  | | | | | | | Практичне  заняття 8 | | Системи управління проектами |  | | |  | 4 |  | 3 | | | | | | | Самостійна  робота | | Робота на навчально-інформаційному порталі |  | | |  |  | 10 | 3 | | | | | | | 14,15 | | Самостійна  робота | | Підготовка до написання ПМК ІІ |  | | |  |  | 10 |  | | | | | | | ПМК ІІ | | Підсумковий контроль за модуль ІІ |  | | |  |  |  | 10 | | | | | | | ***Всього за змістовний модуль 2 – 80 год.*** | | | | | **8** | | |  | **16** | **56** | **35** | | | | | | ***Екзамен*** | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | ***Всього з навчальної дисципліни – 180 год.*** | | | | | | | | | | | **100** | | | | | | | | | | | |
| 1. **Методи та форми навчання**   Форми навчання: за рівнем взаємодії здобувача вищої освіти з викладачем: індивідуальне, групове, колективне; за місцем проведення занять: аудиторне, поза аудиторне.  Методи навчання: за організацією пізнавальної діяльності: словесні (лекції, дискусії), наочні (презентації), практичні (вправи, виконання завдань по заповненню звітності під час занять, навчальна та виробнича практика); | | | | |
| за видами занять: лекції (лекція-візуалізація, лекція – бесіда); практичні заняття (індивідуальні та групові вправи, тематична дискусія, робота в малих групах); за мотивацією навчально-пізнавальної діяльності (ситуація звернення до життєвого досвіду студентів, заохочення);  за контролем ефективності навчально-пізнавальної діяльності (самоконтроль через виконання тестів на навчально-інформаційному порталі, індивідуальне опитування, фронтальне опитування, ПМК, диференційний залік);  за формою стимулювання пошукової та дослідницької діяльності (тематичні дискусії, завдання щодо використання мережі Інтернет, публічні промови і презентації, групові та/або індивідуальні проекти, моделі різних форматів професійних ситуацій). | | | | |
| 1. **Політика курсу** | | | | |
| * Відвідування занять є важливою складовою навчання. За пропуски занять без поважної причини здобувач вищої освіти буде неатестований з дисципліни. Пропущені заняття мають бути відпрацьовані. * Дозволяється вільне відвідування лекцій здобувачам за індивідуальним графіком навчання. * Якщо здобувач вищої освіти відсутній з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача. * Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. * Під час виконання письмових тестових завдань не допустимо порушення академічної доброчесності. * Презентації та виступи мають бути авторськими (оригінальними). * Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися до учасників навчального процесу, дотримуватися дисципліни, дбайливо ставитись до обладнання та книжкового фонду ТДАТУ, виконувати графік навчального процесу. | | | | |
| 1. **Форма контролю знань** | | | | |
| Щотижнево – бали за роботу на практичних заняттях; в межах кожної теми – бали за самостійну роботу; по завершенню змістового модуля – бали за ПМК; по завершенню семестру – підсумкові бали, у вигляді екзамену. Результати поточного та підсумково-модульного контролю формують узагальнену оцінку в балах за накопичувальним принципом. Навчальним планом передбачено виконання курсової роботи. | | | | |
| 1. **Шкала оцінювання** | | | | |
| Оцінювання знань здобувачів вищої освіти здійснюється відповідно до «Положення про оцінювання знань студентів ТДАТУ» за 100-бальною шкалою. | | | | |
| **Критерії оцінювання** | | | | |
| Практичні заняття | | | Частка вірно виконаних завдань | |
| Самостійна робота (СРС) | | | Студент опрацьовує питання, що призначені для самостійного вивчення і для контролю проходить тестування на НІП ТДАТУ (дві спроби – середній результат) | |
| Підсумково-модульний контроль  (ПМК І, ІІ) | | | Відбувається у вигляді тестових завдань та письмових робіт в кінці вивчення змістових модулів  Під час модульного контролю оцінюються такі компоненти:   * Повнота розкриття питання (вірні відповіді ) * Якість інформації * Самостійність | |
| Екзамен | | | Підсумковою формою контролю є екзамен, який проводиться виключно у письмовій формі. Максимальна кількість балів – 30. Структура білету включає 3 завдання. Правильна відповідь за теоретичне питання 10 балів, за категоріальний апарат – 5 балів, практична частина (вирішення задачі, практичної ситуації) – 15 балів. | |
|  | | | | |
| 1. **Рекомендована література та інформаційні ресурси** | | | | |
| ***Рекомендована література***   1. Граничин О. Н. Информационные технологии в управлении. Учебн. пособ. / О. Н. Граничин, В. И. Кияев. – М.: Интернет-Университет Информационных Технологий; БИНОМ. Лаборатория знаний, 2008. – 336 с. 2. Информационные технологии в маркетинге: Учебник для вузов / Г. А. Титоренко, Г. Л. Макарова, Д. М. Дайитбегов [Под ред. проф. Г. А. Титоренко. – .: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 335 с. 3. Інформаційні системи в економіці / За ред. В. С. Пономаренко. – К.: Академія, 2002. – 542 с. 4. Пінчук Н.С. Інформаційні системи і технології в маркетингу: Навч. посібник / Н. С. Пінчук, Г. П. Галузинський, Н. С. Орленко – К.: КНЕУ, 1999. – 328 с. 5. Успенский И. В. Интернет-маркетинг: Учебник. – СПб.: Изд-во СПГУЭиФ, 2003. – 236 с. 6. Ушакова І. О. Інформаційні системи і технології в статистиці. – Харків: Вид. ХДЕУ, 2006. – 164 с.   ***Інформаційні ресурси*** | | | | |
| 1. Методичний кабінет кафедри маркетингу.  2. Сайт Державного комітету статистики України. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua. | | | | |
| 1. **Пакет дисципліни**   Освітній портал ТДАТУ http://op.tsatu.edu.ua/course/view.php?id=1413  Наукова бібліотека ТДАТУ http://www.tsatu.edu.ua/biblioteka/ | | | | |