



Уманський національний
університет садівництва

Факультет економіки і
підприємництва

Кафедра інформаційних
технологій

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Інформаційні системи і технології в маркетингу»

Рівень вищої освіти:	<u>Початковий (короткий цикл) рівень вищої освіти</u>
Спеціальність:	<u>075 "Маркетинг"</u>
Освітня програма:	<u>"Маркетинг"</u>
Навчальний рік, семестр:	<u>2024-2025 н.р., семестр 3</u>
Курс (рік навчання)	<u>2</u>
Форма навчання:	<u>денна</u>
Кількість кредитів ЄКТС:	<u>4</u>
Мова викладання:	<u>українська</u>
Обов'язкова/вибіркова:	<u>обов'язкова</u>

Лектор курсу	Олександр Транченко
Профайл лектора	https://ekis.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/tranchenko-oleksandr-mihajlovich.html
Контактна інформація лектора (e-mail)	oleksandrtranchenko@gmail.com
Сторінка курсу в MOODLE	https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=31

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Мета курсу	Метою дисципліни є формування теоретичних знань та практичних навичок з основ створення та функціонування інформаційних систем, заснованих на сучасних програмно-технологічних засобах розв'язання маркетингових завдань
Завдання курсу	Вивчення теорії та практичного досвіду застосування сучасних інструментальних засобів збору, передачі, оброблення та зберігання маркетингової інформації, організації, проектування та використання інформаційних систем і технологій у маркетингу. При цьому студенти повинні засвоїти базові знання в галузі організації та функціонування інформаційних систем у маркетингу.
Компетентності	ЗК 7. Здатність до сприйняття, аналізу та практичного використання інформації, в тому числі з застосуванням інформаційно-комунікаційних технологій. СК 11. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи і технології для управління та прийняття маркетингових рішень
Програмні результати навчання	Р 7. Використовувати інформаційні системи та технології в маркетингу, необхідні програмні продукти в процесі здійснення професійної діяльності

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції / лабораторні)	Зміст тем курсу	Завдання	Оцінювання (балів) ср
Модуль I. ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО АНАЛІЗУ ДАНИХ				
Тема 1. Інформація, її види та властивості	4\4	Поняття інформації, даних, знань. Вимоги до інформації. Інформаційна культура. Інформаційне суспільство. Закон України "Про інформацію". Економічна інформація, її характерні риси.	Лабораторна робота № 1. Взаємодія з індивідуальними споживачами в Internet.	10
Тема 2. Поняття, розвиток і види інформаційних технологій	4/2	Поняття інформаційної технології. Компоненти інформаційної технології. Місце інформаційної технології, бізнес-структура підприємства. Можливості, що дають інформаційні технології.	Лабораторна робота № 2. Організація маркетингових досліджень в Internet.	10
Тема 3. Інформаційні технології оброблення і зберігання інформації	2/2	Поняття оброблення даних. Цілі, завдання, прикладні сфери оброблення даних. Режими оброблення даних: інтерактивний, фоновий.	Лабораторна робота № 3. Товарна політика і ринок послуг в Internet.	10
Тема 4. Мережні інформаційні технології	2/2	Поняття обчислювальної мережі. Ранги обчислювальних мереж. Види комп'ютерів у мережі. Засоби комутації в мережах.	Лабораторна робота № 4. Цінова політика й Internet.	10
Модульний контроль				
Модуль II. ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО АНАЛІЗУ ДАНИХ				
Тема 5. Internet-маркетинг (Тopic 5. Internet marketing)	4/4	Internet-технології в бізнесі. Інформаційна вітрина (сайт). Інформаційний портал. Платіжні Internet-системи. Електронний бізнес та його прошарки. електронна комерція, її переваги і недоліки. (Internet technologies in business. Information showcase (site). Information portal. Internet payment systems. Electronic business and its layers. electronic commerce, its advantages and disadvantages.)	Лабораторна робота № 5. Система розподілу й Internet.	10
Тема 6. Безпека даних та захист інформації	2/2	Причини і значущість проблем IT-безпеки. Програмні засоби контролю доступу до інформації. Контроль доступу до Web-ресурсу.	Лабораторна робота № 6. Організація комунікативної політики в Internet.	10
Тема 7. Системний підхід до інформатизації бізнесу	4/4	Поняття організації. Види організацій. Зв'язки організації з зовнішнім середовищем. Зміни, що виникають в організації при взаємодії з зовнішнім середовищем.	Лабораторна робота № 7. Реклама, стимулювання збуту і зв'язки з суспільством в Internet.	10
Тема 8. Основи створення інформаційних систем	2/2	Сучасний ринок інформаційних проектів інформатизації. Системні інтегратори, проектні інтегратори.	Лабораторна робота № 8. Засвоєння інтерфейсу та функціональних можливостей CRM-системи	10
Тема 9. Промислові стандарти	4/4	Базові стандарти управління підприємством. Еволюція стандартів корпоративних	Лабораторна робота № 9. Системи класу MPS (Master Planning	10

корпоративних інформаційних систем		інформаційних систем. Системи класу MPS (Master Planning Scheduling) – управління календарним планування на основі стану попиту. Системи MRP (Material Requirement Planning) – планування матеріальних потреб для виконання заказу в строк.	Scheduling) – управління календарним планування на основі стану попиту.	
Тема 10. Корпоративні інформаційні системи нового покоління	2/2	Глобалізація економіки і нові критерії покупної цінності. Зміна акцентів з продуктів на покупця на основі ядра ERP.	Лабораторна робота № 10. Системи MRP (Material Requirement Planning) – планування матеріальних потреб для виконання заказу в строк.	10
Модульний контроль				
Всього за Зсеместр	30/28			
Підсумковий контроль				
Всього за курс	30/28			100

ПОЛІТИКИ КУРСУ

Політика оцінювання	В основу рейтингового оцінювання знань закладена 100-бальна шкала оцінювання (максимально можлива сума балів, яку може набрати здобувач за всіма видами контролю знань з дисципліни з урахуванням поточної успішності, самостійної роботи, модульного контролю, тощо). Встановлюється, що при вивченні дисципліни до моменту поточного контролю (заліку) контроль рівня засвоєння знань і вмінь здобувачів вищої освіти в цілому визначається за результатами поточного контролю.
Політика щодо академічної доброчесності	Під час підготовки рефератів (есе) та індивідуальних науково-дослідних завдань, проведення контрольних заходів здобувачі повинні дотримуватися правил академічної доброчесності, які визначено Кодексом доброчесності Уманського НУС. Очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі здобувача є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату
Політика щодо відвідування	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (за погодженням із деканом факультету)

РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ ЗДОБУВАЧІ

Модуль 1										Сума
ЗМ 1				ЗМ 2						
T 1	T 2	T 3	T 4	T 5	T 6	T 7	T 8	T 9	T 10	100
10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
		для заліку
90 – 100	A	
82-89	B	

74-81	C	зараховано
64-73	D	
60-63	E	
35-59	FX	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни