



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ І ТЕХНОЛОГІЇ В МАРКЕТИНГУ ТА ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ»



Галузь знань			07 «Управління і адміністрування»		Освітній рівень		магістр	
Спеціальність			075 «Маркетинг»		Семестр		1	
Освітньо-професійна програма			«Маркетинг»		Тип дисципліни		обов'язкова	
Факультет			Економіки і менеджменту		Кафедра		Менеджмент	
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять (денне/заочне)					
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка	Вид контролю
	4	120	15/4	-	-	30/4	75/112	Залік

ВИКЛАДАЧІ

Володченко Валерій Вікторович, yavivo@ukr.net			Єнікєєв Олександр Фанілович, kiber@dgma.donetsk.ua		
		Кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту ДДМА. Досвід роботи - більше 20 років. Автор понад 20 наукових та навчально-методичних праць, в тому числі 2 монографій з актуальних проблем економіки та управління. Провідний лектор з дисциплін: «Управління проектами», «Інформаційні системи і технології в менеджменті», «Інформаційні системи і технології в маркетингу та інтернет-маркетинг».			
				Доктор технічних наук, професор, професор кафедри ІСПР ДДМА. Досвід роботи - більше 20 років. Автор понад 70 наукових та навчально-методичних праць.	

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	1. Економіко-математичні методи та моделі. 2. Інформатика. 3. Маркетинг. 4. Менеджмент. 5. Теорія проектного аналізу.
Освітні компоненти для яких є базовою	Кваліфікаційна робота магістра

Компетенції відповідно до освітньо-професійної програми	
Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)	Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетенції
ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням функціональних зв'язків. СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.
Результати навчання відповідно до освітньо-професійної (програмні результати навчання – ПРН)	
ПРН 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. ПРН 6 Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними. ПРН 9 Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень ПРН 10 Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів. ПРН15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.	
ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ	
Анотація	Серед передумов, що сприятимуть зростанню національної економіки, важливу роль відіграє формування у новій генерації керівників знань і вмінь використання сучасних інформаційних систем і технологій та проектного підходу до вирішення завдань маркетингової діяльності на різних рівнях, орієнтації цих процесів на досягнення кінцевих результатів з мінімальними витратами часу та коштів і засвоєння методології впровадження та використання інформаційних систем маркетингу та інтернет-маркетингу як нового прогресивного інструментарію сфери управління. Дисципліна «Інформаційні системи і технології в маркетингу та інтернет-маркетинг» посідає важливе місце в структурно-логічній схемі підготовки магістрів за спеціальністю 075 «Маркетинг». Вивчення даної дисципліни базується на концепціях і поняттях економіко-математичних методів та моделей, інформатики, теорії управління, маркетингу, менеджменту, проектному аналізі..
Мета та завдання	Метою викладання дисципліни є формування когнітивних, афективних та моторних компетентностей відносно застосування універсального інструментарію розробки та реалізації маркетингових проектів, використання методичного апарату та інструментарію інформаційних систем та технологій для управління маркетингом на промисловому підприємстві. Основними завданнями дисципліни є: – вивчення новітніх підходів до застосування інформаційних систем та технологій в маркетингу; – оволодіння навичками впровадження інформаційних систем та технологій на підприємстві з метою оптимізації процесу пошуку та аналізу маркетингової інформації та підвищення ефективності прийняття управлінських рішень.
Формат	Лекції (очний, дистанційний формат), лабораторні заняття (очний, дистанційний формат), консультації (очний, дистанційний формат), підсумковий контроль – залік (очний, дистанційний формат)

«Правила гри»	• Курс передбачає роботу в колективі. • Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики. • Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і лабораторних занять, а також самостійну роботу. • Самостійна робота включає в себе теоретичне вивчення питань, що стосуються тем лекційних занять, які не ввійшли в теоретичний курс, або ж були розглянуті коротко, їх поглиблена проробка за рекомендованою літературою. • Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. • Якщо студент відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача. • Під час роботи над завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності: при використанні Інтернет ресурсів та інших джерел інформації студент повинен вказати джерело, використане в ході виконання завдання. У разі виявлення факту плагіату студент отримує за завдання 0 балів. • Студент, який спізнився, вважається таким, що пропустив заняття з неповажної причини з виставленням 0 балів за заняття, і при цьому має право бути присутнім на занятті. • За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни студент видаляється з заняття, за заняття отримує 0 балів.
---------------	--

СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

Лекція 1	Інформаційні системи та інформатизація процесів управління маркетингом на промислових підприємствах	Лабораторне заняття 1	Інформація та її роль у процесі управління маркетингом.	Самостійна робота	Оцінка економічної інформації як об'єкта менеджменту та маркетингу, інформаційні процедури та сучасні інформаційні технології обробки економічної інформації
Лекція 2	Інформаційне забезпечення промислового підприємства, класифікація та технічні засоби інформаційних систем	Лабораторне заняття 2 Лабораторне заняття 3	Основні види, класифікація та призначення інформаційних систем і технологій. Фактори вибору маркетингових бізнес-додатків Інформаційні технології обробки даних, управління, підтримки прийняття рішень, експертних систем.		Структура інформаційної системи в маркетинговій діяльності промислового підприємства
Лекція 3	Програмне забезпечення комп'ютерних інформаційних систем маркетингу	Лабораторне заняття 4 Лабораторне заняття 5	Програмні інструменти управління маркетингом Спеціальні програми управління маркетингом		Програмне забезпечення загального призначення Прикладне програмне забезпечення Режими роботи комп'ютерних інформаційних систем
Лекція 4	Захист інформаційних ресурсів у бізнес-системах	Лабораторне заняття 6	Заходи та засоби захисту інформаційних систем		Загрози для інформаційних систем промислового підприємства
Лекція 5	Комп'ютерні технології обробки інформації на основі використання систем управління базами даних	Лабораторне заняття 7	Призначення та функції систем керування базами даних.		Зміст роботи користувача з базою даних Інструментарій сучасної СКБД
Лекція 6	Мережні системи й технології розподіленої обробки інформації	Лабораторне заняття 8	Мережні технології, склад і призначення системного, технологічного і програмного забезпечення функціонування мереж		Мережні технології й переваги їх використання в управлінні інноваційною та маркетинговою діяльністю
Лекція 7	Гіпертекстові технології та основи роботи в мережі Інтернет	Лабораторне заняття 9	Інформаційні системи і служби в Інтернет, пошук маркетингової інформації в Інтернет		Застосування Інтернету для організації маркетингової діяльності промислових підприємств
Лекція 8	Комерційна та маркетингова діяльність в мережі Інтернет	Лабораторне заняття 10	Технології Інтернет-бізнесу, та Інтернет-реклами		Корпоративний сайт: структура, зміст. Інтернет-комерція, електроні платежі в Інтернет, Системи матеріально-технічного постачання E-procurement, CRM-системи Основні форми і типи віртуальних підприємств

МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Ноутбук Lenovo S10-3 (Intel® Atom™ CPU N455 1/66 GHz RAM 1 ГБ), мультимедійний бізнес-проектор Epson EB-X92, мультимедійний проектор unic UC28, Intel(R) Celeron(R) 1,60 GHz 5 од, Intel(R) Celeron(R) 700-1700 MHz 2од, OpenOffice.org 4.1.7, GoogleDocs, HohlBuilder, Microsoft Power BI, Googleanalytics, GoogleTrends,, Project Expert – 7 од. (Project Expert 7 Standard (несетевая версия)), Internet-браузер Google Chrome 85.04183.121, маркерна дошка і екран;
Система дистанційного навчання і контролю Moodle – <http://moodle.dgma.donetsk.ua/course/view.php?id=553>

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Основна література	1. Інформаційні системи в менеджменті (+Авторизований доступ) [Текст]: підручник / В.О. Новак, Ю.Г. Симоненко, В.П. Бондар, В.В. Матвеев. — К.: Каравела, 2008.— 616 с 2. Інформаційні системи в менеджменті: навч. посіб. / С.В. Глівенко, Є.В. Лапін, О.О. Павленко, та ін. — Суми: ВТД «Університетська книга», 2003. — 352с. 3. Дибкова Л. М. Інформатика та комп'ютерна техніка : посібник [для студентів вищих навчальних закладів] / Л. М. Дибкова. — К. : Академвидав, 2005. — 416 с. 4. Информационные системы в экономике : учебник / под ред. Г. А. Титоренко. — М. : Компьютер: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. — 468 с. 5. Інформаційні системи і технології в економіці : підручник / за ред. В. С. Пономаренка. — К. : Академія, 2002. — 544 с. 6. Інформаційні системи і технології в економіці: навч. посіб./ за ред. В.С. Пономаренко — К.: Академія, 2002. — 542с. 7. Інформаційні системи маркетингу: конспект лекцій / Укладачі: 8. О.М. Олефіренко, О.О. Карпіщенко, С.В. Глівенко. — Суми: Вид-во СумДУ, 2009. — 113 с. 9. Основи інформаційних систем : навч. посібн. / В. Ф. Ситник, Т. А. Писаревська, Н. В. Єрьоміна та ін.; за ред. В. Ф. Ситника. — 2-ге вид., перероб. — К. : КНЕУ, 2001. — 420 с. 10.Плескач В. Л. Інформаційні технології та системи : підручник / В. Л. Плескач, Ю. В. Рогушина, Н. П. Кустова. — К. : Книга, 2004. — 520 с. 11.Пonomarenko В. С. Проектування автоматизованих економічних інформаційних систем : навч. посібн. / В. С. Пономаренко, О. І. Пушкар, Ю. І. Коваленко. — К. : ІЗМН, 1996. — 312 с. 12.Яценко Р. М. Інформаційні системи в логістиці : навч. посібник / Р. М. Яценко, І. В. Ніколаєв. — Х. : Вид. ХНЕУ, 2012. — 232 с	1. Балабанов И. Т. Электронная коммерция / И. Т. Балабанов. — СПб. : Питер, 2001. — 336 с. 2. Гнатієнко Г. М. Експертні технології прийняття рішень / Г. М. Гнатієнко, В. Є. Снитюк. — К. : [б. в.], 2008. — 442 с. 3. Гужва В. М. Інформаційні системи і технології на підприємствах: навч. посібн. / В. М. Гужва. — К. : КНЕУ, 2001. — 400 с. 4. Дейт К. Дж. Введение в системы баз данных / К. Дж. Дейт — [6-е изд.] — К. : Диалектика, 1998. — 784 с. 5. Информационные системы в экономике : учебник / под ред. В. В. Дика. — М. : Финансы и статистика, 1996. — 272 с. 6. Информационные системы и технологии: приложения в экономике и управлении : навч. посібн. / Ю. Г. Лисенко, В. М. Андрієнко, Т. С. Шаталова та ін. ; за ред. Ю. Г. Лисенка. — Донецьк : ТОВ "Юго-Восток, Лтд", 2004. — Кн. 6. — 377 с. 7. Информационные технологии : учебник / под ред. В. В. Трофимова. — М. : Издательство Юрайт ; ИД Юрайт, 2011. — 624 с. — (Основы наук). 8. Кричевский М. Л. Интеллектуальные методы в -маркетинге / М. Л. Кричевский. — СПб. : Питер, 2005. — 304 с. 9. Методы и модели анализа данных: OLAP и Data Mining / А. А. Барсегян и др. — СПб. : БХВ-Петербург, 2004. — 336 с 10. Пушкар О. І. Система управління базами даних Microsoft Access 2003 : навч. посіб. / О. І. Пушкар, І. П. Ковріжних, О. М. Мокринський. — Х. : ХНЕУ, 2005. — 166 с. 11. Черемных С. В. Моделирование и анализ систем. IDEF-технологии : практикум / С. В. Черемных, И. О. Семенов, В. С. Ручкин — М. : Финансы и статистика, 2006. — 192 с. 12. Юрасов А. В. Электронная коммерция : учебн. пособ. / А. В. Юрасов — М. : Дело, 2003. — 479 с Web-ресурси 1. Корпорация ПАРУС – корпоративные системы управления для предприятий и государственных структур. — Режим доступа : http://www.parus.ua, http://www.parus.ru. 2. Feng Office – Team Collaboration. — Режим доступа : http://www.fengoffice.com/web 13. DoS-атака. [Электронный ресурс]: Вікіпедія. — Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/DoS-%E0%E2%E0%EA%E0. 14. Вводный курс по электронной коммерции. [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://do.gendocs.ru/docs/index-135034.html. 15. Владимир Ткаченко. Основы электронного бизнеса (e-business). [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.lessons-tva.info/edu/trainbus.html. 16. Граничин О.Н., Кияев В.И. Информационные технологии в управлении [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://www.intuit.ru/departament/itmngt/itmangt/6/8.html. 17. Сергей Кузнецов. Тенденции в мире систем управления базами данных [Электронный ресурс] Market Journal. — Режим доступа: http://www.ods.com.ua/win/rus/db/kbd96/48.htm. 18. Что такое сетевые технологии и каковы преимущества их использования в обеспечении управленческой деятельности? [Электронный ресурс] Market Journal. — Режим доступа: http://www.market-journal.com/itvupravlennii/17.html.
--------------------	---	--

СИСТЕМА ОЦІНКИ

Склад модуля		Сума балів	ECST	Оцінка	Рівень компетентності
Форми та методи контролю	Рейтингова оцінка, бали	90 - 100	A	відмінно	Високий Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в робочій програмі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.
Усне опитування	5	81 - 89	B	добре	Достатній Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни
Участь в груповій роботі (життєвий цикл інформаційних систем)	5				
Індивідуальне завдання (інформаційне забезпечення маркетингової діяльності)	10				
Тестування за модулем № 1	10	75 - 80	C		Достатній Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.
Індивідуальне завдання (організаційне,технічне та програмне забезпечення інформаційної системи)	10	65 - 74	D	задовільно	Середній Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни
Участь в груповій роботі (фактори вибору маркетингових бізнес-додатків)	5	55 - 64	E		Середній Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни
Індивідуальне завдання (ефективність маркетингового ІТ-проекту)	10				
Модульна контрольна робота	10	30 - 54	FX	незадовільно	Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни
Тестування за модулем № 2	10	0 - 29	F		Незадовільний Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни
Колоквіум за модулем	25				

Силабус за змістом повністю відповідає робочій програмі навчальної дисципліни