

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 8 «Маркетингові інформаційні системи»
Рівень ВО	Перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	075 Маркетинг / Маркетинг
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	4 курс, 7 семестр, 5 кредитів ЄКТС
Семестровий контроль	Залік
Обсяг годин (усього: з них лекції/практичні)	150 год, з них: лекц. – 26 год, практ. – 28 год
Мова викладання	Українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Кафедра маркетингу
Автор ОК	Кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Мицько Інна Петрівна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Для вивчення ОК необхідно володіти навичками міжособистісної взаємодії; здатністю організовувати ефективні комунікації в процесі навчання; вмінням правильно говорити, слухати та сприймати повідомлення; мати навички використання інформаційних і комунікаційних технологій
Що буде вивчатися	Вступ до маркетингових інформаційних систем (МІС): основні поняття та принципи; структура та компоненти маркетингової інформаційної системи; збір даних для МІС: джерела, методи та інструменти; обробка та аналіз даних в маркетинговій інформаційній системі; використання інформаційних технологій у маркетингових дослідженнях; стратегічне планування та прийняття рішень на основі даних МІС; моніторинг та оцінка ефективності маркетингових заходів; застосування штучного інтелекту в МІС; етичні аспекти та проблеми конфіденційності в маркетингових інформаційних системах; тенденції розвитку та інновації в області маркетингових інформаційних систем.
Чому це цікаво/треба вивчати	Метою ОК є формування у здобувачів основних знань про побудову, організацію та експлуатацію сучасних маркетингових інформаційних систем для вирішення задач у сфері маркетингу; навиків застосування методології автоматизованого розв'язання маркетингових завдань в установах різного типу.

Чому можна навчитися (результати навчання)	ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПРН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію
Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)	ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу