

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Факультет економіки та управління
Кафедра фінансів

СИЛАБУС
навчальної дисципліни
ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В МАРКЕТИНГУ
підготовки бакалавра
галузі знань 07 Управління та адміністрування
спеціальності 075 Маркетинг
освітньо-професійної програми Маркетинг

Луцьк – 2021

Силабус навчальної дисципліни Інформаційні технології в маркетингу
підготовки бакалавра галузі знань 07 Управління та адміністрування спеціальності
075 Маркетинг за освітньо-професійною програмою Маркетинг.

Розробник: Тоцька О. Л., професор кафедри фінансів, доктор економічних наук,
доцент

Силабус погоджено:

Гарант освітньо-професійної
програми Маркетинг



Данилюк Т.І.

Силабус навчальної дисципліни затверджено на засіданні кафедри фінансів
Протокол № 1 від 30.08.2021 р.

Завідувачка кафедри фінансів



Стащук О.В.

І. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма, освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни
Денна форма навчання	07 Управління та адміністрування 075 Маркетинг Маркетинг Бакалавр	Нормативна
Кількість годин / кредитів 120 / 4		Рік навчання 2
		Семестр 3-ий
		Лекції 24 год.
		Практичні (семінарські) 0 год. Лабораторні 30 год. Індивідуальні 0 год.
		Консультації 8 год.
		Самостійна робота 58 год.
ІНДЗ: немає		Форма контролю: залік
Мова навчання		українська

ІІ. ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА

ППП: Тоцька Олеся Леонтіївна

Науковий ступінь: доктор економічних наук

Вчене звання: доцент

Посада: професор кафедри фінансів

Мобільний телефон: 066-74-47-452

E-mail: Totska.Olesia@vnu.edu.ua

Електронний розклад: <http://194.44.187.20/cgi-bin/timetable.cgi?n=700>

ІІІ. ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

1. Анотація курсу.

Дисципліна «Інформаційні технології» належить до переліку нормативних дисциплін циклу загальної підготовки бакалавра за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» та спрямована на формування у студентів системи компетентностей щодо використання сучасних інформаційних технологій для обробки даних у сфері маркетингової діяльності.

2. Пререквізити.

Вивчення дисципліни базується на базових знаннях з інформатики.

Постреквізити. Вивчення курсу сприятиме кращому засвоєнню дисципліни «Електронний маркетинг».

3. Мета і завдання навчальної дисципліни.

Мета навчальної дисципліни – вивчення сутності автоматизованих інформаційних технологій як об'єкту дослідження та набуття компетентностей щодо їх використання для обробки даних у сфері маркетингової діяльності.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Інформаційні технології» є ознайомити студентів із суттю, класифікацією, застосуванням інформаційних систем і технологій, видами автоматизованих ІТ, стандартами управління та критеріями оцінки ІТ; виробити практичні навички обробки даних у сфері маркетингової діяльності за допомогою програми Microsoft Office Excel.

Після завершення вивчення дисципліни студенти зможуть:

- створювати річний робочий графік працівників підприємства;
- прогнозувати офіційний курс гривні щодо іноземних валют;

- проводити ABC-аналіз реалізації товарів;
- створювати оптимізаційну модель виробництва продукції;
- створювати імовірно-автоматну модель виробництва продукції;
- створювати електронну форму балансу підприємства;
- створювати електронну форму звіту про фінансові результати підприємства;
- електронну форму таблиці для оцінки фінансового стану підприємства;
- розробляти проєкт зі сфери електронної комерції та будувати діаграму Ганта.

4. Результати навчання (компетентності).

Загальні компетентності

ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

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.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.

ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

Фахові компетентності

ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.

Програмні результати навчання

ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

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.

ПРН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

ПРН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

ПРН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

ПРН15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

ПРН17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

ПРН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

5. Структура навчальної дисципліни.

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лек.	Практ.	Сам. роб.	Конс.	*Форма контролю / Бали
Змістовий модуль 1. Інформаційні системи та технології: суть, класифікації, застосування						
Тема 1. Інформаційна система. Її структура	9	2	2	4	1	РПЗ / 2,5 бали
Тема 2. Класифікація інформаційних систем	8	2	2	4		РПЗ / 2,5 бали
Тема 3. Інформаційна технологія (ІТ)	9	2	2	4	1	РПЗ / 2,5 бали
Тема 4. Класифікація інформаційних технологій	8	2	2	4		РПЗ / 2,5 бали
Тема 5. Застосування інформаційних систем	9	2	2	4	1	РПЗ / 2,5 бали
Разом за модулем 1	43	10	10	20	3	12,5 балів
Змістовий модуль 2. Види автоматизованих ІТ						
Тема 6. Технології оброблення даних. Системи управління базами даних	9	2	2	4	1	РПЗ / 2,5 бали
Тема 7. Технології управління	8	2	2	4		РПЗ / 2,5 бали
Тема 8. Офісні технології	9	2	2	4	1	РПЗ / 2,5 бали
Тема 9. Технології підтримки прийняття рішень	8	2	2	4		РПЗ / 2,5 бали
Тема 10. Технології експертних систем	9	2	2	4	1	РПЗ / 2,5 бали
Разом за модулем 2	43	10	10	20	3	12,5 балів
Змістовий модуль 3. Стандарти управління та критерії оцінки ІТ						
Тема 11. Режимы оброблення інформації	13	2	4	6	1	РПЗ / 2,5 бали
Тема 12. Стандарти управління та	9	1	2	6		РПЗ /

розробки ІТ						2,5 бали
Тема 13. Критерії оцінки рівня ІТ	12	1	4	6	1	РПЗ / 5 балів
Разом за модулем 3	34	4	10	18	2	10 балів
Конспект						5 балів
Види підсумкових робіт						60
Модульна контрольна робота 1						МКР / 20 балів
Модульна контрольна робота 2						МКР / 20 балів
Модульна контрольна робота 3						МКР / 20 балів
Всього годин / Балів	120	24	30	58	8	100

**Форма контролю: РПЗ – робота з програмним забезпеченням, МКР – модульна контрольна робота.*

6. Завдання для самостійного опрацювання.

Самостійна робота полягає в підготовці до модульного контрольного оцінювання за питаннями, підготовленими викладачем на основі лекційного матеріалу; підготовці даних, необхідних для лабораторних занять.

IV. ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика викладача щодо студента.

Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. Студенти зобов'язані заздалегідь повідомляти викладача про відсутність на занятті. Через об'єктивні причини (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі з використанням програми Zoom за погодженням із керівником курсу. Недопустиме користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття в цілях, не пов'язаних із навчанням.

Політика щодо академічної доброчесності.

Виконані завдання студентів мають бути їх оригінальними роботами. Копіювання, списування, втручання в роботу інших осіб є прикладами можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в роботі студента є підставою для її незарахування, незалежно від масштабів плагіату чи обману.

Політика щодо дедлайнів і перескладання.

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-0,2 бала за кожну роботу). Складання модулів відбувається лише раз відповідно до встановленого терміну, оскільки є можливість отримати бали на заліку.

Зарахування результатів, отриманих у формальній, неформальній та/або інформальній освіті.

Результати навчання, отримані у формальній, неформальній та/або інформальній освіті, які за тематикою, обсягом вивчення та змістом відповідають як освітньому компоненту в цілому, так і його окремому розділу, темі (темам), зараховуються за наявності відповідного документу (сертифікат, свідоцтво, посилання тощо), які визначають тематику, обсяги та перелік результатів навчання. Для зарахування визнаються сертифікати, отримані на платформі відкритих онлайн-курсів Prometheus (напр., «Word та Excel: інструменти і лайфхаки»: https://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:DNU+PRIN-101+2017_T1/about) або інших ресурсах.

V. ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ

Підсумкова оцінка за вивчення курсу розраховується таким чином:

Види оцінювання	% від остаточної оцінки
Робота з програмним забезпеченням на лабораторних заняттях, конспект	40
Модульна контрольна робота 1 (теми 1–5) – тести	20
Модульна контрольна робота 2 (теми 6–10) – тести	20
Модульна контрольна робота 3 (теми 11–13) – тести	20
Залік (теми 1–13) – опитування	60
Форма контролю	залік

Якщо студент успішно виконав усі запропоновані викладачем завдання й отримав остаточну оцінку не меншу, ніж 60 балів, підсумкову оцінку він отримує без складання заліку. Така оцінка виставляється в день проведення заліку за умови обов'язкової присутності студента.

Якщо студент отримав остаточну оцінку нижчу за 60 балів, або бажає підвищити рейтинг на заліку, підсумкова оцінка визначається як сума балів, отриманих за поточний контроль (максимум 40 балів) та оцінки за залік (максимум 60 балів).

Залікова оцінка визначається за результатами опитування лекційного матеріалу.

VI. ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ

Оцінка в балах за всі види навчальної діяльності	Оцінка	Критерії оцінювання
90 – 100	Зараховано	Студент опрацював весь курс згідно з програмою, оперує основними поняттями та вміє їх застосовувати на практиці, здобув компетенції, знання та вміння, розв'язує завдання високого рівня складності
82 – 89		Студент опрацював весь курс згідно з програмою, оперує основними поняттями, може застосувати більшість положень на практиці, здобув компетенції, знання та вміння, розв'язує завдання високого рівня складності з незначними помилками
75 - 81		Студент опанував 80–90 % курсу згідно з програмою, оперує більшістю основних понять та може їх застосувати на практиці, здобув окремі компетенції, знання та вміння, розв'язує завдання середнього рівня складності
67 - 74		Студент опанував 60–70 % курсу згідно з програмою, оперує деякими основними поняттями та може їх застосувати на практиці, здобув окремі компетенції, знання та вміння, розв'язує завдання середнього рівня складності з незначними помилками
60 - 66		Студент опанував 60 % курсу згідно з програмою, оперує деякими основними поняттями та може їх застосувати на практиці, здобув окремі компетенції, знання та вміння, розв'язує завдання середнього рівня складності з допомогою викладача
1 – 59	Не-зараховано	Студент опанував 60 % курсу згідно з програмою, оперує деякими основними поняттями та може їх застосувати на практиці, здобув окремі компетенції, знання та вміння, може розв'язати завдання середнього рівня складності лише з допомогою викладача

VII. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ТА ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСИ

Основна

1. Інформаційні системи і технології на підприємствах: конспект лекцій (для студентів і слухачів ФПО та ЗН спеціальності «Економіка підприємства») / укл. В. М. Охріменко, Т. Б. Воронкова. Харків: ХНАМГ, 2006. 185 с. URL: <https://cutt.ly/GEanITn>.
2. Кобилін А. М. Системи обробки економічної інформації: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 234 с.
3. Оксанич А. П., Петренко В. Р., Костенко О. П. Інформаційні системи і технології маркетингу. Київ: Вида. дім «Професіонал». 2018. 320 с.
4. Пінчук Н. С., Галузинський Г. П. Інформаційні системи і технології в маркетингу: навч. посіб. Київ: КНЕУ. 2016. 328 с.
5. Соколов В. Ю. Інформаційні системи і технології: навч. посіб. Київ: ДУІКТ, 2010. 138 с. URL: <http://kist.ntu.edu.ua/textPhD/ist2.pdf>.
6. Тоцька О. Л. Сучасні інформаційні технології в професійній діяльності: лабор. практикум. Луцьк: Вежа-Друк, 2020. 124 с.
7. Ушакова І. О., Плеханова Г. О. Інформаційні системи та технології на підприємстві: конспект лекцій. Харків: Вид. ХНЕУ, 2009. 128 с. URL: <https://cutt.ly/YEan8nZ>.

Додаткова

8. R. Kelly Rainer, Brad Prince. Introduction to Information Systems, 9th Edition. Wiley, 2021.
9. R. Kelly Rainer, Brad Prince. Introduction to Information Systems, 8th Edition. Wiley, 2019.
10. R. Kelly Rainer, Brad Prince. Introduction to Information Systems, 7th Edition. Wiley, 2017.
11. R. Kelly Rainer, Brad Prince. Introduction to Information Systems, 6th Edition. Wiley, 2015.

Інтернет-ресурси

12. Законодавство України: вебсайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua>.
13. Інституційний репозитарій Волинського національного університету імені Лесі Українки: вебсайт. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/>.
14. Класифікація видів економічної діяльності (КВЕД-2010): вебсайт. URL: http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/kv10_i.html.
15. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського: вебсайт. URL: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua>.