


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «ФАХОВИЙ ПЕРЕДВИЩИЙ  
КОЛЕДЖ «ОПТИМА»

	<b>ІНФОРМАЦІЯ ПРО НАВЧАЛЬНУ ДИСЦИПЛІНУ</b> <b>«ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ І ТЕХНОЛОГІЇ В БІЗНЕСІ»</b>
<b>1. Загальна інформація</b>	
<b>Освітня програма, галузь, спеціальність</b>	ОПП « Маркетинг» Галузь знань: D Бізнес, адміністрування та право Спеціальність: « Маркетинг»
<b>Освітньо-професійний ступінь</b>	Фаховий молодший бакалавр
<b>Статус дисципліни (обов'язкова / вибіркова)</b>	Навчальна дисципліна <b>обов'язкова</b>
<b>Курс</b>	2
<b>Семестр</b>	4
<b>Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/години</b>	7 кредитів ЄКТС/ 210 год
<b>Мова викладання</b>	Українська
<b>2. Коротка анотація до курсу</b>	
<b>Предмет вивчення</b>	Дисципліна належить до переліку нормативних навчальних дисциплін, предметом вивчення дисципліни є засоби, методи та способи використання пакету прикладних програм MS Office для обробки економічної інформації, а також інформаційні технології, які дозволяють вирішувати актуальні завдання у галузі підприємництва і торгівлі
<b>Мета вивчення</b>	Формування у майбутніх фахівців сучасного рівня інформаційної та комп'ютерної культури, набуття практичних навичок роботи на сучасній комп'ютерній техніці та використання сучасних інформаційних систем та технологій для вирішення різноманітних завдань у практичній діяльності за фахом
<b>Результати навчання</b>	РН 8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язання завдань з маркетингу. РН 9. Застосовувати сучасні технології маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, адаптуватися до змін маркетингового середовища. РН 11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу у діяльності ринкових суб'єктів
<b>Компетентності (як можна користуватися набутими знаннями і вміннями)</b>	ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології. СК 5. Брати участь у розробленні маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності. СК 6. Брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності. СК 7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми й інструменти маркетингу. СК 8. Здатність використовувати інструментарій маркетингу у професійній діяльності. СК 9. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи під час ухвалення конкретних маркетингових рішень.
<b>3. Навчальна логістика</b>	
<b>Зміст дисципліни (перелік основних тем)</b>	Практичні навички використання табличної (матричної) форми маркетингової інформації

	<p>Практичні навички використання бази даних в маркетинговій інформації</p> <p>Практичні навички роботи з базою даних</p> <p>Робота з маркетинговою інформаційною системою</p> <p>Робота з Google Forms</p> <p>Створення маркетингового опитування на базі додатку Google Forms</p> <p>Аналіз результатів опитування в Google Forms</p> <p>Визначення виду попиту за допомогою ІС</p> <p>Застосування функціональної підсистеми ІСМ для проведення сегментації</p> <p>Застосування функціональної підсистеми ІСМ для визначенні місткості ринку</p> <p>Застосування функціональної підсистеми ІСМ для дослідження ринку і попиту (PEST аналіз)</p> <p>Формування концепції 4Р в ІС</p> <p>Застосування функціональної підсистеми ІСМ для проведення оцінки ємності ринку та товарної сегментації</p> <p>Застосування функціональної підсистеми ІСМ для побудови матриці «товар-ринок» І.Ансоффа для визначення стратегій зростання</p> <p>Оцінка життєвого циклу продукції</p> <p>Мак-Кінсі, дженерал електрик</p> <p>Застосування функціональної підсистеми ІСМ для побудови матриці Бостонської консалтингової групи (БКГ)</p> <p>Застосування функціональної підсистеми ІСМ для дослідження 5 сил конкуренції М.Портера</p> <p>Застосування функціональної підсистеми ІСМ для визначення конкурентів компанії</p> <p>Застосування функціональної підсистеми ІСМ для побудови ADL матриці</p> <p>Автоматизація цілеутворення</p> <p>Створення організаційної структури</p> <p>Формування посадової інструкції маркетолога за допомогою ІС</p> <p>Формування маркетингової стратегії в ІС</p> <p>Складання маркетингового плану в ІС</p> <p>Застосування функціональної підсистеми ІСМ для дослідження ринку і попиту (SWOT аналіз)</p> <p>SEO-просування сайту</p> <p>SMM-просування</p> <p>РЕКЛАМА В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ. PPC реклама</p> <p>EMAIL - MARKETING</p> <p>CONTENT MARKETING</p> <p>AI в цифровому маркетингу</p> <p>Веб аналітика</p> <p>Influence marketing</p> <p>Affiliate marketing</p> <p>Підсумкове заняття</p>
<p><b>Види занять</b> (лекції, практичні (семінарські) заняття тощо)</p>	<p>Лекції – 12 год.</p> <p>Практичні роботи – 72 год.</p>
<p><b>Форма навчання</b></p>	<p>Очна (дистанційна)</p>
<p><b>Методи навчання</b></p>	<p>Поєднання традиційних і нетрадиційних методів навчання з використанням інноваційних технологій: Moodle, Teamse, Google Диск, акроматичні словесні методи: пояснення, розповідь, лекція,</p>

	робота з електронним навчальним контентом, вебіари, аудіопрезентації, відеопрезентації, тести.	
<b>Пререквізити</b> (знання на яких базується вивчення дисципліни)	"Економіка підприємства", "Мікро- макроекономіка" "Менеджмент"	
<b>Пореквізити</b> (дисципліни в яких будуть використовуватися отримані знання)	"Фінанси", "Логістика", "Економічний аналіз"	
<b>Рекомендована література та інтернет-ресурси</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Інформаційні технології в бізнесі. Частина 1: Навч. посіб. / [Шевчук І.Б., Старух А.І., Васьків О.М. та ін.]; за заг. ред. І.Б. Шевчук. Львів: Видавництво ННВК «АТБ», 2020.455 с.</li> <li>Бутенко Т.А., Сирий В.В. Інформаційні системи та технології : навчальний посібник. Харків: ХНАУ ім. В.В. Докучаєва, 2020. 207 с.</li> <li>Павлиш В. А., Гліненко Л. К., Шаховська Н. Б. Основи інформаційних технологій і систем: Нац. ун-т "Львів. політехніка". Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2018. 619 с.</li> </ol>	
<b>Форма семестрового контролю</b> (залік / екзамен)	Залік	
<b>Система оцінювання</b> <b>набутих здобувачем знань та вмінь</b>	Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою ЄКТС	
<b>4. Політика курсу</b>		
<b>Щодо дедлайнів</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін;</li> <li>- самостійна робота включає в себе самостійне опрацювання питань, що стосуються тем лекційних занять, які не ввійшли в теоретичний курс або ж були розглянуті коротко, їх поглиблене опрацювання за рекомендованою літературою, а також виконання завдань з метою закріплення теоретичного матеріалу;</li> <li>- ліквідація заборгованості відбувається протягом 2 тижнів після встановленого терміну;</li> <li>- здобувачі освіти, після завершення аудиторних занять, мають право підвищити свій рейтинг за встановленим графіком.</li> </ul>	
<b>Щодо академічної доброчесності</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- списування заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів);</li> <li>- під час роботи над завданнями, користуючись Інтернет-ресурсами та іншими джерелами інформації студент зобов'язаний вказати джерело, використане під час виконання завдання;</li> <li>- у разі виявлення факту текстових запозичень більше 30% студент отримує за завдання 0 балів і має повторно виконати завдання, які передбачені даним курсом.</li> </ul>	
<b>5. Інформація про викладачів</b>		
<b>Циклова комісія</b>	Циклова комісія економічних дисциплін	
<b>Викладач</b>		<b>ПІБ викладача: Ляшенко Я.В.</b> <b>Посада: викладач</b> <b>E-mail:</b>
<b>Оригінальність навчальної дисципліни</b>	Авторський курс	