

АНОТАЦІЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ПРИКЛАДНОГО І НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Цикл: загальної підготовки ОП факультету (крім ОПІ «Облік і оподаткування» та ОПІ «Менеджмент організацій і адміністрування»)

Статус: вибіркового освітнього компонента

Курс 1, 2 семестр.

Мета вивчення дисципліни – є розширене і поглиблене вивчення інформаційно-комунікаційних технологій з позиції використання їх можливостей для підвищення ефективності праці і підтримки прийняття рішень у науковій діяльності.

Вивчення освітнього компонента передбачає формування та розвиток у здобувачів **загальних компетентностей:**

- здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу;

- здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу;

- здатність застосувати ідеї та концепції для розв'язання конкретних маркетингових задач, застосування професійних компетентностей з брендингу аграрних підприємств, дослідження особливостей маркетингового розподілу продукції.

У результаті вивчення освітнього компонента здобувач повинен бути здатним продемонструвати такі **результати навчання:**

- адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта;

- планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності;

- презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами;

- обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів;

- оперувати основними поняттями Інтернет-маркетингу; проводити пошук маркетингової інформації та здійснювати різні види маркетингових досліджень, формувати положення товарної, цінової, комунікаційної та збутової політики за допомогою інформаційних систем та технологій прикладного наукового дослідження в маркетингу

ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Тема 1. Інформаційні технології у вирішенні задач професійної наукової діяльності.

Тема 2. Сучасні інформаційні технології

Тема 3. Інформаційні технології для обробки та публікації результатів наукових досліджень

Тема 4. Інформаційні системи і бази даних у науковій діяльності

Тема 5. Технології візуалізації інформації на основі векторної та растрової графіки

Тема 6. Мережеві інформаційні технології і телекомунікації в наукових дослідженнях

Викладацький склад:

Лектор: д.е.н., професор кафедри маркетингу та логістики Макарова В.В.

Тривалість: 5 кредитів ECTS, 15 тижнів, 4 години на тиждень.

Оцінювання: поточне оцінювання – 2 модульні контролю, підсумковий контроль – залік