

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Факультет економіки і менеджменту  
Кафедра маркетингу та логістики

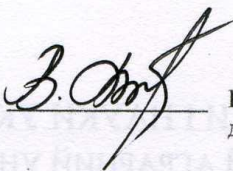
**Робоча програма (силабус) освітнього компонента**

**ОК 18** Інформаційні фахові технології  
(обов'язковий)

Реалізується в межах освітньої програми **Маркетинг**  
за спеціальністю 075 «Маркетинг»  
на **1 (бакалаврському)** рівні вищої освіти


Суми – 2023

Розробник:



**Вікторія МАКАРОВА,**

д.е.н., доцент, професор кафедри маркетингу та логістики

Розглянуто, схвалено та затверджено на засіданні кафедри маркетингу та логістики <small>(назва кафедри)</small>	протокол №20 від 06 червня 2023 р.
	Завідувач кафедри  <b>Наталія МАКАРЕНКО</b>

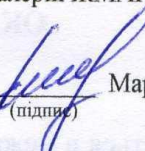
**ПОГОДЖЕНО:**

Гарант освітньої програми

  
(підпис)

**Валерій ЖМАЙЛОВ**

Декан факультету, де реалізується освітня програма

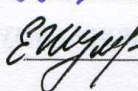
  
(підпис)

**Маргарита ЛИШЕНКО**

Рецензія на робочу програму (додається) надана:

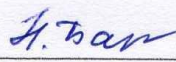


**Валентина МУШТАЙ**



**Олена ШУМКОВА**

Методист відділу якості освіти,  
ліцензування та акредитації

  
(підпис)

**Надія БАРАНІК**  
(ПІБ)

Зареєстровано в електронній базі: дата:

**14.08.**

2023 р.

Інформація про перегляд робочої програми (силабусу):

Навчальний рік, в якому вносяться зміни	Номер додатку до робочої програми з описом змін	Зміни розглянуто і схвалено		
		Дата та номер протоколу засідання кафедри	Завідувач кафедри	Гарант освітньої програми

## 1. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНІЙ КОМПОНЕНТ

1.	Назва ОК	Інформаційні фахові технології			
2.	Факультет/кафедра	Факультет економіки і менеджменту / Кафедра маркетингу та логістики			
3.	Статус ОК	Обов'язковий			
4.	Програма/Спеціальність (програми), складовою яких є ОК <i>(заповнюється для обов'язкових ОК)</i>	Освітньо – професійна програма «Маркетинг». Першого рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 073 «Управління та адміністрування» Кваліфікація: бакалавр з маркетингу			
5.	Рівень НРК	6			
6.	Семестр та тривалість вивчення	4, 1-15 тижнів			
7.	Кількість кредитів ЄКТС	5			
8.	Загальний обсяг годин та їх розподіл	Контактна робота(заняття)			Самостійна робота
		Лекційні	Практичні /семінарські	Лабораторні	
	денна / заочна	44 / 14	30/10	-	76/126
9.	Мова навчання	українська			
10.	Викладач/Координатор освітнього компонента	Макарова Вікторія Вікторівна			
11.	Контактна інформація	кабінет 214 е ел. адреса: <a href="mailto:viktoriiia.makarova@snau.edu.ua">viktoriiia.makarova@snau.edu.ua</a>			
12.	Загальний опис освітнього компонента	Курс передбачає вивчення використання можливостей інформаційно-комунікаційних технологій для підвищення ефективності маркетингової діяльності			
13.	Мета освітнього компонента	формування у студентів таких спеціальних професійних компетентностей як розробка та використання сучасних інформаційних систем та технологій для ефективного здійснення управлінської діяльності у маркетинговій сфері			
14.	Передумови вивчення ОК, зв'язок з іншими освітніми компонентами ОП	1.Освітній компонент базується на вивченні таких дисциплін як: Інформатика та комп'ютерна техніка, Математичне програмування 2. Освітній компонент є основою для таких дисциплін як: Маркетингові дослідження			
15.	Політика академічної доброчесності	Всі завдання курсу є самостійно виконаною працею. Роботи скопійовані шляхом копіювання, перенесення оригінальних текстів без посилання на джерела, або компонування тексту з готових блоків оригінальних джерел буде оцінено «незадовільно». Всі письмові роботи перевіряються на плагіат. При виявленні фактів списування або академічної недоброчесності робота виконана студентом анулюється.			

## 2. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТОМ ТА ЇХ ЗВ'ЯЗОК З ПРОГРАМНИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ НАВЧАННЯ

Результати навчання за ОК: Після вивчення освітнього компонента студент очікувано буде здатен...»	Програмні результати навчання, на досягнення яких спрямований ОК (зазначити номер згідно з нумерацією, наведеною в ОП)			Як оцінюється РНД
	ПРН <sub>4</sub>	ПРН <sub>7</sub>	ПРН <sub>10</sub>	
ДРН 1. обирати та використовувати апаратно-програмні засоби для розв'язання маркетингових задач	X			Тестовий контроль
ДРН 2. створювати інформаційну базу та працювати з нею під час виконання конкретних функцій управління маркетингом		X	X	Захист практичних робіт
ДРН 3. організувати маркетингові дослідження з використанням комп'ютерної техніки;		X		Захист практичних робіт
ДРН 4. виконувати постановку та розробляти алгоритм розв'язання задачі			X	Усне опитування Захист практичних робіт

ПРН<sub>4</sub> - Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

ПРН<sub>7</sub> - Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

ПРН<sub>10</sub> - Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

### 3. ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА (ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ)

Тема та перелік питань, що будуть розглянуті в межах теми	Розподіл в межах загального бюджету часу (денна/заочна)			Рекомендована література	
	Аудиторна робота				Сам. робота
	Лк	П.з	Лаб. з.		
<p>Тема 1. <i>Інформація, інформаційні системи, інформаційні технології в управлінні маркетинговою діяльністю</i></p> <p>План</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Роль і значення інформації в управлінні маркетинговою діяльністю.</li> <li>2. Характеристика та форми відображення маркетингової інформації.</li> <li>3. Класифікація маркетингової інформації.</li> <li>4. Сучасні тенденції використання інформаційних технологій в управлінні маркетингом.</li> </ol>	4/2	2/-		8/10	Основні джерела:1;2;3;5 Інші джерела:3;4;6 Методичне забезпечення:1,2,3
<p>Тема 2. <i>Функціональна структура типової маркетингової інформаційної системи (МІС)</i></p> <p>План</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Загальна характеристика маркетингової інформаційної системи.</li> <li>2. Концепція маркетингової інформаційної системи.</li> <li>3. Структура МІС.</li> </ol>	2/-	2/-		8/10	Основні джерела:1;2;3;5 Інші джерела:4;5 Методичне забезпечення:1,2,3
<p>Тема 3. <i>Характеристика забезпечення маркетингової інформаційної системи</i></p> <p>План</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Технічне забезпечення МІС.</li> <li>2. Інформаційне забезпечення МІС.</li> <li>3. Програмне забезпечення МІС. Інші види забезпечення МІС (математичне, лінгвістичне, організаційне, правове, ергономічне забезпечення).</li> </ol>	4/-	2/-		8/10	Основні джерела:1;2;3;5 Інші джерела:4;5;9 Методичне забезпечення:1,2,3
<p>Тема 4. <i>Інформаційні технології маркетингу</i></p> <p>План</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Інформаційно-аналітичні технології.</li> <li>2. Системи підтримки прийняття рішень.</li> <li>3. Глобальні телекомунікаційні технології в області реклами й електронного продажу товарів.</li> </ol>	4/-	2/-		8/10	Основні джерела:2;3;4;5 Інші джерела:4;7;9 Методичне забезпечення:1,2,3
<p>Тема 5. <i>Хмарні сервіси в професійній діяльності маркетолога</i></p> <p>План</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поняття «хмарні технології», категорії та моделі розгортання хмар</li> <li>2. Хмарні технології в маркетинговій діяльності</li> <li>3. Хмарні сервіси Google та приклади використання в маркетинговій діяльності</li> <li>4. Хмарні сервіси Microsoft 365 для комунікації, колаборації та кооперації в маркетинговій діяльності</li> </ol>	4/2	4/2		6/12	Основні джерела:1;2;3;5 Інші джерела:4;9 Методичне забезпечення:1,2,3

<p>Тема 6. <i>Електронна комерція</i></p> <p>План</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основні поняття та принципи функціонування електронного бізнесу й електронної комерції</li> <li>2. Електронна комерція як один із основних елементів електронного бізнесу</li> <li>3. Переваги та недоліки функціонування електронного бізнесу та електронної комерції</li> </ol>	4/-	4/-		6/12	<p>Основні джерела:1;2;3,5</p> <p>Інші джерела:2,6,8</p> <p>Методичне забезпечення:1,2,3</p>
<p>Тема 7. <i>Маркетингові дослідження у віртуальному середовищі</i></p> <p>План</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сутність маркетингових досліджень в Інтернеті.</li> <li>2. Основні види маркетингових досліджень з урахуванням Інтернет-технологій.</li> <li>3. Правила проведення анкетування</li> </ol>	4/-	4/2		4/12	<p>Основні джерела:1;2;3,5</p> <p>Інші джерела:8,9</p> <p>Методичне забезпечення:1,2,3</p>
<p>Тема 8. <i>Штучний інтелект в маркетинговій діяльності</i></p> <p>План</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поняття штучного інтелекту</li> <li>2. Сучасні досягнення в розвитку ШІ</li> <li>3. Основні категорії штучного інтелекту</li> <li>4. Можливості ШІ в професійній діяльності маркетолога</li> </ol>	4/2	2/2		4/10	<p>Основні джерела:1;2;3,5</p> <p>Інші джерела:1;11;12</p> <p>Методичне забезпечення:1,2,3</p>
<p>Тема 9. <i>Інтернет речей та SMART-технології</i></p> <p>План</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Концепція Інтернету речей</li> <li>2. Сфера використання Інтернету речей</li> <li>3. Технології та стандарти Інтернету речей</li> <li>4. Проблеми та перспективи розвитку Інтернету-речей</li> </ol>	2/-	2/-		6/10	<p>Основні джерела:1;2;3,5</p> <p>Інші джерела:1;11;12</p> <p>Методичне забезпечення:1,2,3</p>
<p>Тема 10. <i>Нейромаркетинг</i></p> <p>План</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сутність нейромаркетингу.</li> <li>2. Психологічні прийоми та ефекти нейромаркетингу.</li> <li>3. Емоції, на яких будується емоційне переконання.</li> <li>4. Види біометрії для нейромаркетингу.</li> <li>5. Методи досліджень в нейромаркетингу.</li> </ol>	4/2	2/-		6/10	<p>Основні джерела:1;2;3,5</p> <p>Інші джерела:1;11;12</p> <p>Методичне забезпечення:1,2,3</p>
<p>Тема 11. <i>Нейрокопірайтинг</i></p> <p>План</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сутність копірайтингу та нейрокопірайтингу</li> <li>2. Техніки нейрокопірайтингу</li> <li>3. Постинг та неймінг</li> </ol>	4/-	2/-		6/10	<p>Основні джерела:1;2;3,5</p> <p>Інші джерела:1;11;12</p> <p>Методичне забезпечення:1,2,3</p>
<p>Тема 12. <i>Захист інформації</i></p> <p>План</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Значення інформації і її захисту. Основні поняття захисту інформації й інформаційної безпеки.</li> <li>2. Основи систем захисту Інформації. Основні аспекти інформаційної безпеки.</li> <li>3. Класифікація методів захисту даних.</li> </ol>	4/-	2/-		6/10	<p>Основні джерела:1;2;3,5</p> <p>Інші джерела:1;11;12</p> <p>Методичне забезпечення:1,2,3</p>

4. Файли й бази даних як інформаційні об'єкти захисту.					
5. Управління захистом інформаційних об'єктів.					
<b>Всього</b>	<b>44/8</b>	<b>30/6</b>		<b>76/126</b>	

#### 4. МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ ТА НАВЧАННЯ

ДРН	Методи викладання (робота, що буде проведена викладачем <u>під час аудиторних занять</u> , консультацій)	Методи навчання (які види навчальної діяльності має виконати <u>студент самостійно</u> )
ДРН 1. обирати та використовувати апаратно-програмні засоби для розв'язання маркетингових задач	<i>Словесні методи:</i> навчальна лекція, бесіда, пояснення, навчальна дискусія	Метод готових знань
	<i>Наочні методи:</i> презентація	Метод формування умінь і навичок
	<i>Практичні методи:</i> ситуаційні вправи, практичні завдання, індивідуальне комплексне завдання, PRES-формула	проблемно-пошуковий метод
	<i>Інноваційні методи:</i> імітаційно-ігрове моделювання, майндмепінг	контекстне навчання
ДРН 2. створювати інформаційну базу та працювати з нею під час виконання конкретних функцій управління маркетингом	<i>Словесні методи:</i> навчальна лекція, бесіда, пояснення, навчальна дискусія	Метод готових знань
	<i>Наочні методи:</i> презентація	Метод формування умінь і навичок
	<i>Практичні методи:</i> ситуаційні вправи, практичні завдання, індивідуальне комплексне завдання, PRES-формула	проблемно-пошуковий метод
	<i>Інноваційні методи:</i> імітаційно-ігрове моделювання, майндмепінг	контекстне навчання
ДРН 3. організувати маркетингові дослідження з використанням комп'ютерної техніки	<i>Словесні методи:</i> навчальна лекція, бесіда, пояснення, навчальна дискусія	Метод готових знань
	<i>Наочні методи:</i> презентація	Метод формування умінь і навичок
	<i>Практичні методи:</i> ситуаційні вправи, практичні завдання, індивідуальне комплексне завдання, PRES-формула	проблемно-пошуковий метод
	<i>Інноваційні методи:</i> імітаційно-ігрове моделювання, майндмепінг	контекстне навчання
ДРН 4. виконувати постановку та розробляти алгоритм розв'язання задачі	<i>Словесні методи:</i> навчальна лекція, бесіда, пояснення, навчальна дискусія	Метод готових знань
	<i>Наочні методи:</i> презентація	Метод формування умінь і навичок
	<i>Практичні методи:</i> ситуаційні вправи, практичні завдання, індивідуальне комплексне завдання, PRES-формула	проблемно-пошуковий метод
	<i>Інноваційні методи:</i> імітаційно-ігрове моделювання, майндмепінг	контекстне навчання



## 5. ОЦІНЮВАННЯ ЗА ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТОМ

### 5.1. Сумативне оцінювання

#### 5.1.1. Для оцінювання очікуваних результатів навчання передбачено

№	Методи сумативного оцінювання	Бали / Вага у загальній оцінці	Дата складання
1.	Підсумкове оцінювання за темами курсу	30 балів/30%	До кінця 9; 15 тижнів
2.	Вирішення практичних завдань за темами курсу	20 балів/20%	До кінця 8; 15 тижнів
3.	Вирішення ситуаційних завдань за темами курсу	20 балів/20%	До кінця 9; 15 тижнів
4.	Екзамен	30 балів / 30%	згідно розкладу
5.	Разом	100 балів / 100%	

#### 5.1.2. Критерії оцінювання

Компонент	Незадовільно	Задовільно	Добре	Відмінно
Підсумкове оцінювання за темами курсу	<i>&lt;10 балів</i>	<i>11-17 балів</i>	<i>18-26 балів</i>	<i>27 -30 балів</i>
	Студент недостатньо орієнтується в базових поняттях та категоріях курсу	Студент демонструє певне розуміння конкретних категорій, концепцій та принципів	Студент демонструє достатнє розуміння специфічних категорій, концепцій, функцій та принципів	Студент демонструє повне розуміння специфічних категорій, концепцій, функцій та принципів, вільно орієнтується в матеріалі курсу
Вирішення практичних завдань за темами курсу	<i>&lt;10 балів</i>	<i>11-14 балів</i>	<i>15-17 балів</i>	<i>18 -20 балів</i>
	Завдання виконано лише частково або із допущенням значних помилок	Студент здатен вирішувати основні практичні задачі, використовуючи відповідні економіко-математичні методи	Студент здатен вирішувати широкий спектр практичних завдань, використовуючи відповідні економіко-математичні методи	Студент демонструє повне розуміння у вирішенні складних практичних завдань, використовуючи відповідні економіко-математичні методи
Вирішення ситуаційних завдань за темами курсу	<i>&lt;10 балів</i>	<i>11-14 балів</i>	<i>15-17 балів</i>	<i>18 -20 балів</i>
	Завдання виконано лише частково або із допущенням значних помилок	Студент здатен вирішувати основні практичні ситуації, використовуючи відповідні економіко-математичні методи	Студент здатен вирішувати широкий спектр ситуаційних завдань, використовуючи відповідні економіко-математичні методи	Студент демонструє повне розуміння у вирішенні складних ситуаційних завдань, використовуючи відповідні економіко-математичні методи
Екзамен	<i>&lt;10 балів</i>	<i>11-17 балів</i>	<i>18-26 балів</i>	<i>27 -30 балів</i>
	Вимоги щодо завдання не виконано або виконано із допущенням суттєвих помилок, відсутній аналіз отриманих результатів та висновки	Завдання виконане з незначними помилками, аналіз отриманих даних та висновки стисло відображають зміст проведеного дослідження	Завдання виконане повністю із дотриманням всіх вимог, аналіз результатів дослідження носить описовий характер без зазначення конкретних пропозицій	Завдання виконане повністю із дотриманням всіх вимог, студент продемонстрував творчий підхід та критичне мислення в розробці пропозицій

## 5.2. Формативне оцінювання:

№	Елементи формативного оцінювання	Дата
1.	Тестування знань після вивчення тем курсу	4; 7; 10; 13 тижні
2.	Оволодіння навичками та вміннями при розв'язуванні практичних та ситуаційних завдань (захист практичних робіт)	8; 13 тижні
5.	Усний зворотний зв'язок від викладача під час роботи над практичними роботами протягом занять	1-14 тижні

## 6. НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ (ЛІТЕРАТУРА)

### 6.1. Основні джерела

1. Рогоза М.С. Інформаційні системи і технології в маркетингу : навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни студентами спеціальності 075 «Маркетинг» ступеня бакалавра ПУЕТ. Полтава : ПУЕТ, 2018. 329 с.
2. Гайдаржи В.І., Ізварін І.В. Бази даних в інформаційних системах. Видавництво Університет "Україна". 2018. 418 с.
3. Гуревич Р.С. Інформаційно-телекомунікаційні технології в навчальному процесі та наукових дослідженнях: Навчальний посібник для студентів педагогічних ВНЗ і слухачів інститутів післядипломної педагогічної освіти. Вінниця: ООО „Планер”, 2015. 366с.
4. Макарова В.В. Інформаційні системи та технології прикладного і наукового дослідження. Навчальний посібник. Суми, 2022. 190с.
5. Мельникова О.П. Економічна інформатика. Навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2019. 424 с.

### 6.2. Інші джерела

1. Глазунова О.Г. та ін. Хмарні сервіси Microsoft ТА GOOGLE: організація групової проектної роботи студентів ВНЗ. *Відкрите освітнє е-середовище сучасного університету*. №3. 2017. С.199-211.
2. Іванова С. М. Оцінювання результативності наукової діяльності засобами інформаційно-цифрових систем окремої установи. *Збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету*. 2021. № 3. С. 39–53.
3. Лисецький Т. М. Інформаційна технологія календарного та оперативного планування в системах з мережевим представленням технологічних процесів. 2021. URL: [https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/40441/1/Lysetskyi\\_dys.pdf](https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/40441/1/Lysetskyi_dys.pdf)
4. Новожилова М.В., Мироненко В.В. Комп'ютерна графіка. Ч.1: Навчально-методичний посібник. Х.: ХНУБА, 2015. 60 с.
5. Спирін О. М. и др. Модель використання відкритих електронних науково-освітніх систем для розвитку інформаційно-дослідницької компетентності наукових і науково-педагогічних працівників. *Інформаційні технології і засоби навчання*. 2020. Т. 3. №. 77. С. 302-323.
6. Строкань О. В., Мірошніченко М. Ю. Методологія та організація наукових досліджень з основами інтелектуальної власності: конспект лекцій. Мелітополь: Видавничо-поліграфічний центр «Люкс», 2021. 152с.
7. Терентьев О.М. Моделі, методи та інформаційні технології прогнозування нелінійних нестационарних процесів в умовах невизначеності. <https://itgip.org/wp-content/uploads/2021/04/dis.pdf>

8. Цюцюра М. І. и др. Інформаційні технології оцінювання знань студентів при дистанційному навчанні на основі хмарних технологій. *Управління розвитком складних систем*. 2019. №. 38. С. 111-116.
9. Швець Ф.Д. Методологія та організація наукових досліджень. Навчальний посібник. Рівне : НУВГП, 2016. 151 с
10. Шишкіна М. П. Використання хмарних технологій для підтримки освітніх досліджень у просторі відкритої науки. *New computer technology*. 2018. Т. 16. С. 105-115.
11. Литвинова С.Г. Хмарні сервіси Office 365 : навчальний посібник. Київ. : Компрінт, 2015. 170 с.
12. Ткачук В.О., Шиманська К.В. Хмарні сервіси в бізнесі : практикум : навч. посібн. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка», 2021. 195 с.

### **6.3.Методичне забезпечення**

1. Макарова В.В. Інформаційні системи та технології прикладного і наукового дослідження. Методичні рекомендації для проведення практичних занять для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» освітнього ступеня «Магістр» денної та заочної форм навчання. Суми, 2022. 73с
2. Інформаційні системи та технології прикладного і наукового дослідження. Методичні рекомендації для самостійної роботи для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» освітнього ступеня «Магістр» денної та заочної форм навчання. Суми, 2022. 44с.
3. Електронний курс на базі платформи Moodle  
<https://cdn.snau.edu.ua/moodle/course/view.php?id=4707>

### **6.4. Програмне забезпечення**

1. Хмарні сервіси Google, Microsoft 365
2. Сервіси Google Analytics, Google Trends
3. Looka, Canva, Midjourney, ChatGPT
4. Конструктори сайтів та інтернет-магазинів Google Sites , Site123 та ін.