

Міністерство освіти і науки України
Сумський національний аграрний університет
Факультет економіки і менеджменту
Кафедра маркетингу та логістики

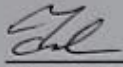
Робоча програма (силабус) освітнього компонента

Інформаційні фахові технології (обов'язковий)

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

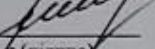
Суми – 2024


Розробник:  **Вікторія ШУМКОВА** **К.С.Н., доцент**
 (підпис) (ім'я та прізвище) (вченій ступінь та звання, посада)

Розглянуто, схвалено та затверджено на засіданні кафедри маркетингу та логістики (назва кафедри)	протокол від 04.06.2024 р. № 17	
	Завідувач кафедри <u></u> (підпис)	Наталія МАКАРЕНКО (ім'я та прізвище)

Погоджено:

Гарант освітньої програми  **Наталія МАКАРЕНКО**
 (підпис) (ім'я та прізвище)

Декан факультету, де реалізується освітня програма  **Маргарита ЛИШЕНКО**
 (підпис) (ім'я та прізвище)

Рецензія на робочу програму (додається) надана  **Герман Я. В.**
 (підпис) (ім'я та прізвище)

 **Герман Я. В.**
 (підпис) (ім'я та прізвище)

Методист відділу якості освіти, ліцензування та акредитації  
 (підпис) (ім'я та прізвище)

Зареєстровано в електронній базі: дата: 18.06 . 2024 р.

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	Освітньо – професійна програма «Маркетинг». Першого рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг Галузі знань 07 Управління та адміністрування Кваліфікація: бакалавр з маркетингу						
5.	Рівень НРК	6						
6.	Семестр та тривалість вивчення	4-й, 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 44 год.	Заоч. 14 год.	Денна 30 год.	Заоч. 10 год.	-	Денна 76 год.	Заоч. 126 год.
9.	Мова навчання	Українська						
10.	Викладач/Координатор освітнього компонента	К.е.н., доцент Шумкова Вікторія Ігорівна						
11.1	Контактна інформація	Шумкова В.І., доцент, ауд.214е, E-mail vikshumkova@gmail.com , години консультацій: 2-й та 4-й вівторок 11.00-12.15						
11.	Загальний опис освітнього компонента	ОК «Інформаційні фахові технології» передбачає вивчення використання можливостей інформаційно-комунікаційних технологій для підвищення ефективності маркетингової діяльності						
12.	Мета освітнього компонента	Мета ОК «Інформаційні фахові технології» - формування у студентів таких спеціальних професійних компетентностей як розробка та використання сучасних інформаційних систем та технологій для ефективного здійснення управлінської діяльності у маркетинговій сфері						
13.	Передумови вивчення ОК, зв'язок з іншими освітніми компонентами ОПП	1. Освітній компонент базується на дисциплінах: «Інформатика та комп'ютерна техніка», «Математичне програмування» 2. Освітній компонент є основою для вивчення дисциплін «Маркетингові дослідження»						
14.	Політика академічної доброчесності	У випадку порушення академічної доброчесності – реагування відповідно до Положення про академічну доброчесність учасників освітнього процесу. Списування відповідей (копіювання тексту) під час виконання письмових контрольних робіт, написання не своїх варіантів завдань на контрольних заходах заборонені. Не допускається придбання в інших осіб чи організацій з наступним поданням як власних результатів навчальної та наукової діяльності (рефератів, проектів, контрольних, розрахункових робіт, есе, тощо). Користування мобільними пристроями допускається лише з дозволу викладача. Самостійні роботи у вигляді рефератів, доповідей, презентацій повинні мати коректні текстові посилання на використані інформаційні джерела.						

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 ₄	ПРН ₇	ПРН ₁₀	
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

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.

3. ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА (ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ)

Тема. Перелік питань, що будуть розглянуті в межах теми	Розподіл в межах загального бюджету часу							Рекомендована література
	Аудиторна робота					Самостійна робота		
	Лк		П.з / семін. з		Лаб. з.			
	денна	заоч	денна	заоч				
<p><i>Тема 1. Інформація, інформаційні системи, інформаційні технології в управлінні маркетинговою діяльністю</i></p> <p>1. Роль і значення інформації в управлінні маркетинговою діяльністю.</p> <p>2. Характеристика та форми відображення маркетингової інформації.</p> <p>3. Класифікація маркетингової інформації.</p> <p>4. Сучасні тенденції використання інформаційних технологій в управлінні маркетингом.</p>	4	2	2	-	-	8	10	<p>Підручники, посібники: 1,2,3,5</p> <p>Методичне забезпечення: 1,2,3</p> <p>Інші джерела: 3,4,6</p>
<p><i>Тема 2. Функціональна структура типової маркетингової інформаційної системи (МІС)</i></p> <p>1. Загальна характеристика маркетингової інформаційної системи.</p> <p>2. Концепція маркетингової інформаційної системи.</p> <p>3. Структура МІС.</p>	2	-	2	-	-	8	10	<p>Підручники, посібники: 1,2,3,5</p> <p>Методичне забезпечення: 1,2,3</p> <p>Інші джерела: 4,5</p>
<p><i>Тема 3. Характеристика забезпечення маркетингової інформаційної системи</i></p> <p>1. Технічне забезпечення МІС.</p> <p>2. Інформаційне забезпечення МІС.</p> <p>3. Програмне забезпечення МІС. Інші види забезпечення МІС (математичне, лінгвістичне, організаційне, правове, ергономічне забезпечення).</p>	4	-	2	-	-	8	10	<p>Підручники, посібники: 1,2,3,5</p> <p>Методичне забезпечення: 1,2,3</p> <p>Інші джерела: 4,5,9</p>
<p><i>Тема 4. Інформаційні технології маркетингу</i></p> <p>1. Інформаційно-аналітичні технології.</p> <p>2. Системи підтримки прийняття рішень.</p> <p>3. Глобальні телекомунікаційні технології в області реклами й електронного продажу товарів.</p>	4	2	2	-	-	8	10	<p>Підручники, посібники: 2,3,4,5</p> <p>Методичне забезпечення: 1,2,3</p> <p>Інші джерела: 4,7,9</p>

<p><i>Тема 5. Хмарні сервіси в професійній діяльності маркетолога</i></p> <p>1. Поняття «хмарні технології», категорії та моделі розгортання хмар.</p> <p>2. Хмарні технології в маркетинговій діяльності.</p> <p>3. Хмарні сервіси Google та приклади використання в маркетинговій діяльності.</p> <p>4. Хмарні сервіси Microsoft 365 для комунікації, колаборації та кооперації в маркетинговій діяльності.</p>	4	2	4	2	-	6	12	<p>Підручники, посібники: 1,2,3,5</p> <p>Методичне забезпечення: 1,2,3</p> <p>Інші джерела: 4,9</p>
<p><i>Тема 6. Електронна комерція</i></p> <p>1. Основні поняття та принципи функціонування електронного бізнесу й електронної комерції.</p> <p>2. Електронна комерція як один із основних елементів електронного бізнесу.</p> <p>3. Переваги та недоліки функціонування електронного бізнесу та електронної комерції.</p>	4	2	4	-	-	6	12	<p>Підручники, посібники: 1,2,3,5</p> <p>Методичне забезпечення: 1,2,3</p> <p>Інші джерела: 2,6,8</p>
<p><i>Тема 7. Маркетингові дослідження у віртуальному середовищі</i></p> <p>1. Сутність маркетингових досліджень в Інтернеті.</p> <p>2. Основні види маркетингових досліджень з урахуванням Інтернет-технологій.</p> <p>3. Правила проведення анкетування.</p>	4	2	4	2	-	4	12	<p>Підручники, посібники: 1,2,3,5</p> <p>Методичне забезпечення: 1,2,3</p> <p>Інші джерела: 8,9</p>
<p><i>Тема 8. Штучний інтелект в маркетинговій діяльності</i></p> <p>1. Поняття штучного інтелекту.</p> <p>2. Сучасні досягнення в розвитку ШІ.</p> <p>3. Основні категорії штучного інтелекту.</p> <p>4. Можливості ШІ в професійній діяльності маркетолога.</p>	4	2	2	2	-	4	10	<p>Підручники, посібники: 1,2,3,5</p> <p>Методичне забезпечення: 1,2,3</p> <p>Інші джерела: 1,11,12</p>
<p><i>Тема 9. Інтернет речей та SMART-технології</i></p> <p>1. Концепція Інтернету речей.</p> <p>2. Сфера використання Інтернету речей.</p> <p>3. Технології та стандарти Інтернету речей.</p> <p>4. Проблеми та перспективи розвитку Інтернету речей.</p>	2	-	2	-	-	6	10	<p>Підручники, посібники: 1,2,3,5</p> <p>Методичне забезпечення: 1,2,3</p> <p>Інші джерела: 1,11,12</p>

<p><i>Тема 10. Нейромаркетинг</i></p> <p>1. Сутність нейромаркетингу. 2. Психологічні прийоми та ефекти нейромаркетингу. 3. Емоції, на яких будується емоційне переконання. 4. Види біометрії для нейромаркетингу. 5. Методи досліджень в нейромаркетингу.</p>	4	2	2	-	-	6	10	Підручники, посібники: 1,2,3,5 Методичне забезпечення: 1,2,3 Інші джерела: 1,11,12
<p><i>Тема 11. Нейрокопірайтинг</i></p> <p>1. Сутність копірайтингу та нейрокопірайтингу. 2. Техніки нейрокопірайтингу. 3. Постинг та неймінг.</p>	4	-	2	2	-	6	10	Підручники, посібники: 1,2,3,5 Методичне забезпечення: 1,2,3 Інші джерела: 1,11,12
<p><i>Тема 12. Захист інформації</i></p> <p>1. Значення інформації і її захисту. Основні поняття захисту інформації й інформаційної безпеки. 2. Основи систем захисту Інформації. Основні аспекти інформаційної безпеки. 3. Класифікація методів захисту даних. 4. Файли й бази даних як інформаційні об'єкти захисту. 5. Управління захистом інформаційних об'єктів.</p>	4	-	2	2	-	6	10	Підручники, посібники: 1,2,3,5 Методичне забезпечення: 1,2,3 Інші джерела: 1,11,12
Всього	44	14	30	10	-	76	126	

3. 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	<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,	Проблемно-пошуковий метод

маркетингом	практичні завдання, індивідуальне комплексне завдання, PRES-формула	
	<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

4. ОЦІНЮВАННЯ ЗА ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТОМ

4.1. Діагностичне оцінювання (зазначається за потреби)

4.2. Сумативне оцінювання

4.1.1. 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 (письмово, 2 теоретичні питання, 1 практичне завдання)	30 балів / 30%	згідно розкладу

4.1.2. Критерії оцінювання

Компонент	Незадовільно <10 балів	Задовільно 11-17 балів	Добре 18-26 балів	Відмінно 27 -30 балів
Підсумкове оцінювання за темами курсу	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	<10 балів	11-14 балів	15-17 балів	18 -20 балів
	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	<10 балів	11-14 балів	15-17 балів	18 -20 балів
	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	<10 балів	11-17 балів	18-26 балів	27 -30 балів
	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

4.3. Формативне оцінювання:

Для оцінювання поточного прогресу у навчанні та розуміння напрямів подальшого удосконалення передбачено

№	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
3	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

6.1.1. Підручники, посібники

1. Василюк А. С., Мельникова Н. І. Комп'ютерна графіка Навчальний посібник. А. С., Василюк, Н. І Мельникова. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2016. 308 с.

2. Гайдаржи В.І., Изварін 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.

6.1.2. Методичне забезпечення

1. 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. Курс «Інформаційні системи та технології прикладного і наукового дослідження» в системі MOODLE <https://cdn.snau.edu.ua/moodle/course/view.php?id=4707>

6.1.3. Інші джерела

1. Глазунова О.Г. та ін. Хмарні сервіси Microsoft TA 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
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., Мірошниченко 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. : Компринт, 2015. 170 с.

Ткачук В.О., Шиманська К.В. Хмарні сервіси в бізнесі : практикум : навч. посібн. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка», 2021. 195 с.

6.2. Додаткові джерела

1. Інтернет-журнал bazilik.media. URL: <https://bazilik.media>
2. Маркетинг в Україні. Науковий журнал Української асоціації маркетингу. URL: <http://uam.in.ua/ukr/projects/marketing-in-ua/archive.php>
3. Офіційний сайт організації Українська асоціація маркетингу. URL: <http://www.uam.kneu.kiev.ua>
4. Офіційний сайт організації International Institute of Marketing Professionals. URL: <http://www.theiimp.org/marketing-international-association>
5. Офіційний сайт організації American Marketing Association URL: <https://www.ama.org>

6.3. Програмне забезпечення

1. МАТНКAD
2. SPSS
3. Corel Draw
4. Хмарні сервіси Google, Microsoft 365
5. Сервіси Google Analytics, Google Trends
6. Looka, Canva, Midjourney, ChatGPT
7. Контруктори сайтів та інтернет-магазинів Google Sites , Site123 та ін.