



Інформаційні системи і технології в маркетингу

Кредити та кількість годин: 4 кредити ECTS;
- очна форма: 20 год. лекційних, 38 год. лабораторних та 60 год. самостійна робота; 2 год. консультації, екзамен.

I. Опис навчальної дисципліни

Роль інформаційних систем та технологій у сучасному світі є засадничою, оскільки вони покликані сприяти керівниками управлінської ланки адекватно реагувати на динаміку ринку, підтримувати і заглиблювати конкурентну перевагу з метою досягнення максимальної вигоди. Застосування інформаційних систем дозволяє радикально змінити стиль управління і значно поліпшити показники діяльності підприємства, установи, організації. Саме тому важливо сформувати у майбутніх фахівців з управління підприємствами компетенції в галузі побудови та функціонування інформаційних систем і комп'ютерних технологій та можливостей їх використання при управлінні підприємством.

II. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета навчальної дисципліни – формування у студентів системи теоретичних і практичних знань у галузі побудови і функціонування інформаційних систем і комп'ютерних технологій та можливостей їх використання в управлінні соціально-економічними системами.

Завдання навчальної дисципліни – розвинути та набути у здобувачів освіти такі компетентності:

ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК 4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

СК 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

СК 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

СК 17. Здатність поглиблено аналізувати ринки товарів та послуг, моделювати поведінку споживачів на основі структурованих і неструктурованих баз даних.

III. Результати навчання

ПРН згідно з ОПП	Результати навчання за навчальною дисципліною
ПРН-7.	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
ПРН-16	Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

ПРН-20	Обґрунтовувати маркетингові управлінські рішення щодо напрямів розвитку суб'єктів господарювання та забезпечення їх конкурентоспроможності.
ПРН-21	Використовувати сучасні цифрові технології аналізу структурованих і неструктурованих баз даних з метою прогнозування ринків та поведінки споживачів.

IV. Програма навчальної дисципліни (структура дисципліни)

№	Тема дисципліни
1	Інформаційні системи та їх роль в управлінні економічними об'єктами.
2	Економічна інформація й засоби її формалізованого опису.
3	Інформаційні технології оброблення економічної інформації.
4	Організація інформаційної бази систем оброблення економічної інформації.
5	Організаційно-методичні основи створення та функціонування інформаційних систем.
6	Технологія індивідуального проектування інформаційної системи.
7	Упровадження, супроводження та модернізація інформаційних систем.
8	Управління технологічними процесам проектування інформаційної системи.
9	Типове проектування інформаційних систем.
10	Автоматизація проектування інформаційних систем

