





СИЛАБУС
навчальної дисципліни
**«ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»**



Спеціальність: 075 «Маркетинг»

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Статус дисципліни*	Навчальна дисципліна вибіркового компонента фахового переліку
Семестр	Осінній семестр
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/загальна кількість годин	3 кредити / 90 годин
Мова викладання (українська, англійська)	українська
Що буде вивчатися (предмет навчання)	Курс спрямований на вивчення основ створення та функціонування інформаційних систем ринкового суб'єкта та побудовані на їх основі системи маркетингової інформації з властивостями адаптації до чинників ринкового середовища, що дозволить підприємству отримати додаткові конкурентні переваги.
Чому це цікаво/потрібно вивчати (мета)	Сучасний етап розвитку вітчизняної економіки характеризується значним посиленням конкурентної боротьби. Саме тому необхідною умовою успіху будь-якого підприємства стає доступ до актуальної, своєчасної, достовірної та добре структурованої маркетингової інформації, яка в подальшому дасть можливість визначити оптимальну стратегію розвитку підприємства в умовах конкурентного швидкозмінного ринкового середовища
Чому можна навчитися (результати навчання)	Після вивчення дисципліни студент повинен бути здатним: - Використовувати веб середовище для пошуку інформації та побудови двосторонньої комунікації зі споживачем; - володіти сучасними інформаційними технологіями оброблення, зберігання та передачі економічної інформації, їх характеристики; вміти формувати і вдосконалювати інформаційну систему на основі організації маркетингу в Internet із забезпеченням безпеки даних та захисту інформації.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	Обирати оптимальні шляхи пошуку релевантної інформації та її порівняння; застосовувати статистичні методи оцінок і математичного прогнозування інформації, визначати і прогнозувати економічні показники та використовувати комп'ютерні програми для їх статистичної обробки.
Навчальна логістика	Зміст дисципліни: Еволюція інформаційних технологій. Інформаційні системи в маркетингу. Основи організації баз даних. Механізм інформування та концептуальна модель системи маркетингового інформаційного забезпечення. Методи і

	<p>технологія інформаційного забезпечення маркетингу. Основи організації системи автоматизованого збирання та обробки інформації при безпаперовій інформаційній технології. Типові процеси та технологія перетворення інформації. Інформаційні технології розв'язання маркетингових задач. Інтернет–технології в міжнародному маркетингу. CRM. Ефективність функціонування інформаційних технологій і мереж та перспективи їх розвитку.</p> <p>Види занять: лекції, семінарські</p> <p>Методи навчання: лекційні заняття, практичні заняття, робота в малих групах, презентації, кейс-метод, методи дистанційного навчання: Google classroom</p> <p>Форми навчання: очна, заочна</p>
Пререквізити	Знання методів та реалізації соціально-ринкових комунікацій
Пореквізити	Знання з інформаційного забезпечення маркетингової діяльності можуть бути використані під час написання підсумкових робіт.
Інформаційне забезпечення з фонду та репозитарію НТБ НАУ	<p>Начальна та наукова література:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Батюк А.Є., Двудіт З.П., Обельовська К.М. Інформаційні системи в менеджменті. Львів: Національний університет «Львівська політехніка», «Інтелект-Захід», 2014. 520 с. 2. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: моногр. К. : МАУП. 2015. 440 с. 3. Новак В.О., Матвеев В.В., Бондар В.П. Інформаційні системи в менеджменті: підручник. 2-е вид. К. : Каравела. 2011. 536 с. <p>Репозитарій НАУ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Радченко Г.А. Саїдова Г.О. Контент-маркетинг як дієва складова просування бізнесу // Проблеми системного підходу: зб. наук. праць. – К.: НАУ, 2019. Випуск 2 (70) / 2019 (Част. 1). С. 144-149
Локація та матеріально-технічне забезпечення	аудиторія теоретичного навчання, ПК, мультимедійний проектор
Семестровий контроль, екзаменаційна методика	Модульний контроль, домашнє завдання, екзамен (тестування)
Кафедра	маркетингу
Факультет	Економіки та бізнес-адміністрування
Викладач(і)	<div style="display: flex; align-items: flex-start;">  <div style="flex-grow: 1;"> <p>РАДЧЕНКО ГАННА АНАТОЛІЇВНА</p> <p>Посада: доцент</p> <p>Науковий ступінь: кандидат економічних наук</p> <p>Вчене звання: доцент</p> <p>Профайл викладача: https://cutt.ly/JvFSpi1 (Google scholar)</p> <p>Тел.: +380509530296</p> <p>E-mail: hanna.radchenko@npp.nau.edu.ua</p> <p>Робоче місце: 2.203</p> </div>  </div>
Оригінальність навчальної дисципліни	

Лінк на дисципліну	
---------------------------	--