



Уманський національний
університет садівництва

Факультет економіки і
підприємництва

Кафедра інформаційних
технологій

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Інформаційні системи і технології в маркетингу»

Рівень вищої освіти:	<u>Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти</u>
Спеціальність:	<u>075 "Маркетинг"</u>
Освітня програма:	<u>"Маркетинг"</u>
Навчальний рік, семестр:	<u>2024-2025 н.р., семестр 6</u>
Курс (рік навчання)	<u>3 (3)</u>
Форма навчання:	<u>денна</u>
Кількість кредитів ЄКТС:	<u>5</u>
Мова викладання:	<u>українська</u>
Обов'язкова/вибіркова:	<u>обов'язкова</u>

Лектор курсу	Сергій Концеба
Профайл лектора	https://ekis.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/konceba-sergij-mihajlovich1.html
Контактна інформація лектора (e-mail)	kaf_it@udau.edu.ua
Сторінка курсу в MOODLE	https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=31

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Мета курсу	Формування у студентів основних знань про побудову, організацію та експлуатацію сучасних інформаційних систем вирішення задач маркетингу та методології автоматизованого розв'язання маркетингових задач, про можливості та конкретні шляхи застосування сучасних інформаційних технологій в сфері маркетингу.
Завдання курсу	Оволодіння основними знаннями і навиками з основ інформаційних технологій в сфері маркетингу, з основ систем обробки маркетингової інформації, організації та методології вирішення задач маркетингової діяльності в установах різного типу.
Компетентності	ЗК 4 Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК 9 Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. СК 10 Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. СК 12 Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
Програмні результати навчання	P2 Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. P4 Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. P7 Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. P8 Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. P10 Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. P11 Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. P16 Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції / лабораторні)	Зміст тем курсу	Завдання	Оцінювання (балів) лб/ср
Модуль I. ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО АНАЛІЗУ ДАНИХ				
Тема 1. Економічна інформація і засоби її формалізованого опису	2/0	Поняття інформації, особливості економічної інформації, її види, структура, форми подання та оцінювання, класифікація та кодування		0/5
Тема 2. Інформаційні системи та їх роль в управлінні економікою.	2/2	Поняття ІС, їх роль і місце в сучасній економіці, етапи розвитку, класифікація, структура, перспективи розвитку.	Лабораторна робота № 1. Робота з базами даних. (М.Е. DOC)	4/1
Тема 3. Інформаційні технології обробки економічної інформації (Information technologies for economic information processing)	4/2	Поняття інформаційних технологій, їх класифікація, типові ІТ. The concept of information technologies, their classification, typical IT	Лабораторна робота № 2. Робота з довідниками. (М.Е. DOC).	4/1
Тема 4. Організація інформаційної бази систем обробки економічної інформації.	4/4	Поняття інформаційної бази, машинного інформаційного забезпечення. Уніфікована система первинної документації, поняття, склад, вимоги. Бази даних, їх класифікація, склад.	Лабораторна робота № 3. Формування звіті (М.Е. DOC).	4/1
Модульний контроль				10
Модуль II. ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО АНАЛІЗУ ДАНИХ				
Тема 5. Маркетингові інформаційні системи	4/4	Поняття маркетингових інформаційних систем. Завдання маркетингових інформаційних систем та їх роль в реалізації міжнародного маркетингу. Концепція функціонування та моделі маркетингової інформаційної системи. Підсистеми зовнішньої та внутрішньої маркетингової інформації. Проектування маркетингової інформаційної системи.	Лабораторна робота № 4. Перетворення і формування даних в Power BI Desktop. Лабораторна робота № 5. Моделювання даних в Power BI Desktop.	4/1
Тема 6. Бізнес-аналітика і Power BI для роботи сучасного маркетолога	4/4	Особливості універсальних систем реєстрації господарських операцій. Концепція і принципи побудови інформаційної системи. Нормативно-довідкові бази даних. Формування і настроювання довідників матеріалів, дебіторів-кредиторів, контрагентів, службовців і працівників, статей витрат, констант та інших умовно-постійних баз даних. Створення і настроювання форм документів, журналів документів і операцій. Порядок введення господарських операцій за допомогою первинних документів, формування реєстрів звітності.	Лабораторна робота № 6. Інтерактивна візуалізація даних в Power BI Desktop. Лабораторна робота № 7. Створення звітів Power BI Desktop.	4/1
Тема 7. Бізнес-аналітика з WikiWealth SWOT Analysis Generator	4/4	Ознайомлення з версіями WikiWealth. Знайомство з структурою WikiWealth, огляд інтерфейсів, пристроїв і додатків, налаштування WikiWealth. Використання різних модулів в WikiWealth.	Лабораторна робота № 8,9 Бізнес-аналітика з WikiWealth SWOT Analysis Generator	4/1

Тема 8. Аналіз портфелів і інвестицій з Portfolio Visualizer	4/4	Ознайомлення з версіями Portfolio Visualizer. Знайомство з структурою Portfolio Visualizer, огляд інтерфейсів, пристроїв і додатків, налаштування Portfolio Visualizer. Використання різних модулів в Portfolio Visualizer.	Лабораторна робота № 10,11 Аналіз портфелів і інвестицій з Portfolio Visualizer	4/1
Тема 9. Автоматизація маркетингу з Dynamics 365	4/4	Поняття бізнес-аналітики. Основна концепція бізнес-аналітики, огляд засобів самостійної бізнес-аналітики, екосистема Microsoft Power BI. Сфери застосування Power BI Desktop. Використання Microsoft Power BI в маркетинговій діяльності. Системні вимоги та інтерфейс Power BI Desktop. Використання різних форматів файлів. Робота в Power BI Service та Power BI Desktop. Інтерфейс Power BI Desktop. Підключення джерела даних. Фільтри, сортування та інтерактивність, експорт даних. Створення звітів, їх копій та оптимізація моделі для них.	Лабораторна робота № 12. Налаштування робочих параметрів користувача системи Microsoft Dynamics Створення каталогу продуктів (Microsoft Dynamics)	4/1
Тема 10. Автоматизація маркетингу з Dynamics 365	4/6	Ознайомлення з версіями Microsoft Dynamics CRM 365. Знайомство з структурою Dynamics 365, огляд інтерфейсів, пристроїв і додатків, налаштування Dynamics 365. Автоматизація взаємодії з клієнтами на базі Microsoft Dynamics CRM. Використання різних модулів в Microsoft Dynamics 365 для управління потоками процесів. Інтеграція платформи живлення в Microsoft Dynamics 365. Структурування різних загальних моделей даних, такі як записи, сегментні діаграми тощо. Автоматизація процесів за допомогою інтеграції Microsoft Flow. Автоматизації маркетингу в Dynamics 365 Marketing.	Лабораторна робота №13. Управління продажами (Microsoft Dynamics) Лабораторна робота №14. Управління маркетингом (Microsoft Dynamics).	4/1
Модульний контроль				10
Всього за 6 семестр	36/34			70
Підсумковий контроль				30
Всього за курс	36/34			100

** лекційне та лабораторне заняття проводяться на англійській мові*

ПОЛІТИКИ КУРСУ

Політика оцінювання	В основу рейтингового оцінювання знань закладена 100-бальна шкала оцінювання (максимально можлива сума балів, яку може набрати здобувач за всіма видами контролю знань з дисципліни з урахуванням поточної успішності, самостійної роботи, науково-дослідної роботи, модульного контролю, підсумкового контролю тощо). Встановлюється, що при вивченні дисципліни до моменту підсумкового контролю (іспиту) здобувач може набрати максимально 70 балів. На підсумковому контролі (іспит) здобувач може набрати максимально 30 балів, що в сумі і дає 100 балів.
Політика щодо академічної доброчесності	Під час підготовки рефератів (есе) та індивідуальних науково-дослідних завдань, проведення контрольних заходів здобувачі повинні дотримуватися правил академічної доброчесності, які визначено Кодексом доброчесності Уманського НУС. Очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі здобувача є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату
Політика щодо відвідування	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (за погодженням із деканом факультету)

РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ ЗДОБУВАЧІ

Кількість балів за модуль	Поточне оцінювання знань (70)												
	M1 30 бали					M2 40 балів							
Змістові модулі	ЗМ №1	ЗМ №2	ЗМ №3	ЗМ №4	модульний контроль (10 балів)	ЗМ №5	ЗМ №6	ЗМ №7	ЗМ №8	ЗМ №9	ЗМ №10	модульний контроль (10 балів)	
Кількість балів за видами робіт змістових модулів, всього:	5	5	5	5		5	5	5	5	5	5		
в т.ч.: виконання лабораторних робіт	-	3	3	3		3	3	3	3	3	3		
захист лабораторних робіт	-	1	1	1		1	1	1	1	1	1		
виконання самостійної роботи	5	1	1	1		1	1	1	1	1	1		
Іспит (30)													
СУМА 100													

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
		для екзамену
90 – 100	A	відмінно
82-89	B	добре
74-81	C	
64-73	D	
60-63	E	задовільно
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни