



Кафедра інформаційних технологій

Затверджено:

На засіданні кафедри інформаційних технологій

Протокол № 10 від 28 травня 2024 р.

Завідувач

кафедри

Олександр КОРЕНЬ

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ І ТЕХНОЛОГІЇ»**

Спеціальності: 075 Маркетинг

Освітнього рівня: перший (бакалаврський) рівень

Освітньої програми: «Маркетинг»

Спеціалізація: _____

Рік набору: 2024-2025

Розробники силябусу навчальної дисципліни:

Корень Олександр Миколайович — кандидат технічних наук, доцент кафедри інформаційних технологій

Викладач:

Корень Олександр Миколайович — кандидат технічних наук, доцент кафедри інформаційних технологій

Силябус розглянуто на засіданні кафедри інформаційних технологій

Протокол № 10 від «28» 05 2024 р.

1. Загальна інформація про навчальну дисципліну

Назва навчальної дисципліни	Інформаційні системи і технології
Шифр та назва спеціальності	075 Маркетинг
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський) рівень
Статус дисципліни	обов'язкова
Кількість кредитів і годин	3 кредитів / 90 год Лекції: 14 Практичні заняття: 20 Самостійна робота студентів: 56
Терміни вивчення дисципліни	3 семестр
Мова викладання	українська
Вид підсумкового контролю	3 семестр – залік
Сторінка дисципліни на сайті	

2. Загальна інформація про викладача. Контактна інформація

Корень Олександр Миколайович	
Науковий ступінь	кандидат технічних наук
Вчене звання	доцент
Посада	доцент кафедри інформаційних технологій
Контактна інформація викладача:	
E-mail	koren@ki-maup.com.ua
Контактний тел.:	+380508724834

3. Анотація курсу

Курс присвячений вивченню архітектури маркетингових інформаційних систем (МІС), технологій управління базами даних клієнтів (CRM), цифрових інструментів для проведення ринкових досліджень та автоматизації комунікацій. Велика увага приділяється практичній роботі з інструментами аналітики та електронної комерції.

Мета : Формування у здобувачів вищої освіти теоретичних знань та практичних навичок щодо застосування сучасних інформаційних систем і технологій у професійній діяльності.

Предмет вивчення: Інформаційні потоки в маркетингу, апаратне та програмне забезпечення МІС, цифрові платформи для просування товарів і послуг.

Пререквізити та постреквізити

Пререквізити: Для успішного засвоєння курсу здобувачі повинні володіти знаннями з **ОК5** «Вища математика», **ОК9** «Статистика».

Постреквізити: Знання та навички, отримані під час вивчення дисципліни, є базовими для подальшого вивчення таких курсів, як **ОК22** «Реклама і рекламна діяльність», **ОК23** «Логістика», **ОК24** «Облік і аудит», **ОК25** «Інфраструктура товарного ринку», **ОК26** «Цифровий маркетинг», **ОК27** «Маркетингові дослідження», **ОК30** «Маркетингове ціноутворення», **ОК31** «Маркетинг промислового підприємства», **ОК34** «Маркетингові комунікації» для підготовки звітів з **ОК36** «Навчальна практика», **ОК37** «Навчально-виробнича практика» **ОК38** «Виробнича практика»

4. Програмні компетентності та результати навчання

Вивчення дисципліни забезпечує формування наступних компетентностей та програмних результатів навчання, визначених в ОПП «Маркетинг»:

Загальні компетентності	ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.
	ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
	ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
	ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій
Спеціальні компетентності	СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
	СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу
	СК15 Здатність збирати й нагромаджувати дані про стан вітчизняних та зарубіжних ринків з метою проведення відповідних консультацій.
Результати навчання	ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
	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.
	ПРН19. Визначати ціну та обсяг виробництва за умов конкуренції, прогнозувати оптимальні витрати на виробництві та максимальні прибутки у короткостроковій та довгостроковій перспективі.
	ПРН20. Вирішувати професійні завдання з метою задоволення потреб суспільства на основі маркетингових цифрових технологій з використанням можливостей соціальних медіа, аналітичних та інформаційних платформ та сервісів.

5. Зміст та бюджет часу навчальної дисципліни

МОДУЛЬ 1. Основи інформаційних систем та баз даних у маркетингу

Тема 1. Інформація та інформаційні процеси в маркетингу. Сутність маркетингової інформації. Джерела та методи збору даних. Поняття цифрового маркетингового середовища.

Тема 2. Маркетингові інформаційні системи (МІС). Архітектура МІС: підсистеми внутрішньої звітності, спостереження, досліджень та аналітична підсистема.

Тема 3. Загальна характеристика та класифікація ІС. Типологія систем за функціональним призначенням (ERP, CRM, BI). Еволюція ІТ в управлінні бізнесом.

Тема 4. Базы даних у маркетинговій діяльності. Реляційні БД. Використання СУБД (Access, SQL) для зберігання клієнтських профілів. Принципи CRM-стратегії.

Тема 5. Інтернет як середовище для маркетингової діяльності. Екосистема Інтернет-маркетингу. Доменна система, веб-сайти як центри накопичення даних.

МОДУЛЬ 2. Технології цифрових комунікацій та аналітики

Тема 6. ІТ маркетингових досліджень. Автоматизація опитувань (Google Forms, Typeform). Технології Big Data та Data Mining для аналізу поведінки споживачів.

Тема 7. ІТ у системі розподілу товарів та послуг. Технології електронної комерції (B2B, B2C). Маркетплейси та системи управління замовленнями (OMS).

Тема 8. Технології маркетингових комунікацій в мережі Інтернет. Основи SEO, SMM-технології, e-mail маркетинг та автоматизовані сервіси розсилки. Контекстна реклама та таргетинг.

Тема 9. Безпека інформаційних систем і технологій. Кібербезпека в маркетингу. Захист персональних даних клієнтів (GDPR). Електронний цифровий підпис.

Таблиця бюджету навчального часу (год)

Тема / завдання	Бюджет навчального часу (год)		
	Лекції	Практичні (семінарські) заняття	Самостійна робота студента
I семестр			
Модуль 1			
Тема 1.	1	1	5
Тема 2.	1	1	5
Тема 3.	2	2	6
Тема 4.	2	2	6
Тема 5.	2	2	6
Модульна контрольна робота 1		2	2
Модуль 2			
Тема 6.	2	2	7
Тема 7.	2	2	6
Тема 8.	1	2	7
Тема 9.	1	2	6
ІНДЗ	0	2	
Всього годин:	14	20	56

1. Методи навчання та система оцінювання

Лекційні та практичні заняття проводяться у аудиторіях Інституту та/або з використанням технологій дистанційного навчання на платформі Zoom за допомогою поєднання різних форм та методів навчання.

Поточний контроль здійснюється за результатами усіх виконаних завдань, передбачених політикою оцінювання.

Case-study: аналіз реальних збоїв у ІТ-системах банків та їх наслідків.

Тестування проводиться з використанням автоматизованих систем онлайн-тестування в синхронному або асинхронному режимах. Кількість балів за тест визначається в залежності від критеріїв (складності питання, наявності декількох правильних відповідей на питання тощо).

Робота на практичних заняттях передбачає опрацювання лекційного матеріалу з поєднанням таких форм і методів навчання, як тестування, розв'язання практичних завдань.

Індивідуальні навчально-дослідні завдання (ІНДЗ) мають за мету сформувати у студентів навички самостійності та здатності застосовувати набуті знання у розв'язанні практичних задач.

Відвідування практичних занять є обов'язковим. Відпрацювання пропущених практичних занять відбувається в індивідуальному порядку під час консультацій (в очному режимі або в режимі on-line на платформі Zoom).

Таблиця розподілу балів (залік)

Тема/завдання	Робота на практ./семінар. Занятті	Самостійна робота	Всього
І семестр			
Модуль І			
Тема 1-2.	5	1	6
Тема 3.	6	1	7
Тема 4.	6	1	7
Тема 5.	6	1	7
Модульна контрольна робота	10		10
Разом за І модуль	33	4	37
Модуль ІІ			
Тема 6.	6	1	5
Тема 7.	5	1	5
Тема 8.	4	1	4
Тема 9.	4	1	4
Модульна контрольна робота	10	0	10
Разом за ІІ модуль	29	4	33
Разом	62	8	70
Залік (захист ІНДЗ)			30
Загальна кількість балів за семестр			100

Підсумковий контроль проводиться у формі заліку. Залік виставляється за результатами роботи здобувача впродовж семестру. Студенти, які набрали 60 і більше балів, отримують «зараховано» автоматично. Студенти, що набрали менше 60 балів, або бажають підвищити оцінку, складають залік в усній або письмовій формі на останньому занятті.

Система оцінювання та вимоги

Система оцінювання для такої дисципліни побудована так, щоб максимально заохочувати активну роботу студентів протягом усього курсу. Вона повинна об'єктивно відображати як теоретичні знання студента, так і, що найважливіше, його практичні навички.

Контроль успішності здобувачів освіти поділяється на поточний і підсумковий (семестровий).

Поточний контроль здійснюють під час проведення практичних занять, метою якого є систематична перевірка розуміння та засвоєння теоретичного навчального матеріалу, умінь використовувати теоретичні знання під час виконання практичних завдань.

Поточний контроль здійснюється за результатами усіх виконаних завдань, передбачених політикою оцінювання.

Модульний контроль. Модульна контрольна робота з навчального курсу проводиться на останньому занятті модуля у вигляді тестування, розв'язання завдань.

Робота на практичних заняттях оцінюється за активністю, правильністю виконання завдань та здатністю пояснити свої дії.

Самостійна робота включає опрацювання додаткових матеріалів та виконання невеликих домашніх завдань.

Науково-дослідна робота (за бажанням): Участь у роботі наукових гуртків, підготовка доповідей для студентських конференцій, написання тез або статей.

Метою **ІНДЗ** є поглиблення теоретичних знань, розвиток навичок самостійного розв'язання складних задач та вміння захищати отримані результати. Індивідуальне навчально-дослідне завдання (ІНДЗ) розглядається як «пілотний проєкт». Це можливість продемонструвати, як здобувачі освіти вміють використовувати ІТ-інструменти для розв'язання реальних маркетингових задач: від аналізу великих даних до автоматизації воронки продажів.

Критерії оцінювання ІНДЗ з дисципліни «Інформаційні системи і технології» (за своєчасність подання на перевірку та захист – 30 бальною шкалою)

Оцінка за ІНДЗ є комплексною і розподіляється за наступними показниками:

Критерій оцінювання	Опис показника	Макс. бали
Змістове наповнення та аналітика	Відповідність темі, логіка побудови маркетингові моделі, обґрунтованість висновків.	8
Технічна складність та інноваційність	Використання професійного ПЗ (CRM, Google Analytics, Excel-моделювання, інструменти візуалізації)	10
Якість захисту та відповіді на питання	Розуміння власних алгоритмів, здатність пояснити вибір ІТ-рішень та відповісти на запитання	7
Своєчасність та оформлення	Дотримання дедлайну подання та професійний вигляд (згідно з ДСТУ та маркетинговими стандартами)	5
Разом		30

Примітка: Робота, яка не пройшла процедуру захисту, вважається не зарахованою, незалежно від якості її письмового виконання. Академічна доброчесність є обов'язковою; будь-які ознаки плагіату або несамотійного виконання завдань призведуть до анулювання роботи.

7. Технічне та програмне забезпечення

Обладнання: Мультимедійний проєктор, екран, комп'ютери для роботи в спеціалізованих аудиторіях, інтерактивна дошка (за наявності)

Програмне забезпечення:

- Пакет Microsoft Office 365 (Excel, Access).
- Power BI Desktop.
- Доступ до хмарних сервісів Google Drive, Miro.
- система дистанційного навчання (Zoom) для розміщення матеріалів та організації самостійної роботи.

8. Політика курсу

Проактивність: Очікується активна участь студентів не лише на заняттях, а й у самостійній роботі. Курс вимагає значної самовіддачі та бажання експериментувати.

Дедлайни: Здача етапів ІНДЗ є обов'язковою. Прострочення термінів без поважної причини може призвести до недопуску до фінального захисту.

Академічна доброчесність: Всі проєктні рішення мають бути обґрунтовані. Запозичення ідей або коду без посилання та адаптації є неприпустимим. Вітається спільне обговорення проблем, але фінальна реалізація має бути індивідуальною.

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проєкту (роботи), практики	для заліку
90 - 100	A	відмінно	зараховано
82 - 89	B	добре	
75 - 81	C		
68 - 74	D	задовільно	
60 - 67	E		
35 - 59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1 - 34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

9. Методичне забезпечення навчальної дисципліни.

Навчально-методичний супровід дисципліни це сукупність усіх навчальних і методичних матеріалів, які використовуються для викладання курсу.

10. Рекомендовані джерела

Основні:

1. Кришан О. Ф., Корень О. М. Інформаційні системи і технології у маркетингу: навчальний посібник. — Кременчук: ПП ПрАТ «ВНЗ «МАУП», 2024. — 61 с.
2. Паршина О.А., Паршин Ю.І., Косарев В.М. Інформаційні системи і технології в управлінні об'єктами критичних інфраструктур: Навч.посібник. Дніпро: УМСФ, 2024. 260 с. <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi84/0064143.pdf>
3. Періодичне видання «Digital Marketing Quarterly» (аналіз трендів SEO та алгоритмів Google). — 2024. <https://lanet.click/efektivni-strategiyi-seo-na-2024-rik-aktualni-trendi-ta-onovlennya-algoritmiv-google/>
4. Штельма О. М. Інформаційні системи і технології : конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти всіх форм навчання зі спеціальності 126 – Інформаційні системи та технології / О. М. Штельма ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2024. – 89 с. <https://lnk.ua/k4xJKD1Vy>
5. Кравченко, І. В. Інформаційні технології [Електронний ресурс] : підручник для студ. спеціальності «Автоматизація та комп'ютерно-інтегровані технології» / І. В. Кравченко, В. І. Микитенко ; КПІ ім. Ігоря Сікорського . – Електронні текстові дані (1 файл: 17.29 Мбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. – 447 с. – Назва з екрана. <https://ela.kpi.ua/bitstreams/d203081c-6073-43c8-8a9a-934c0480c7d8/download>
6. Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України : тези доповідей XVI міжнар. наук.-практ. конф. (16–18 грудня 2021 р., м. Хмельницький). – Хмельницький : ХНУ, 2021. – 158 с. https://lib.khmnu.edu.ua/konfer_HNU/2021/mark_teh_2021.pdf

7. Навчально-методичний комплекс дисципліни «Інформаційні системи і технології в маркетингу» [Електронний ресурс] : методичний комплекс навчальний посібник для здобувачів ступеня бакалавра за освітньою програмою «Промисловий маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад.: С. О. Лебеденко. – Електронні текстові дані (1 файл: 1,96 Мбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. – 63 с. – Назва з екрана. <https://ela.kpi.ua/items/fa45eac1-e8c4-42b5-a18b-a48168fd376d>
8. Бутенко Т. А., Сирий В. М. Інформаційні системи та технології : навчальний посібник. Харків: ХНАУ ім. В.В. Докучаєва, 2020. 207 с. <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/4849>
9. Інформаційні системи і технології в маркетингу: навч. посіб. для студентів спеціальності 075 «Маркетинг», освітня програма «Промисловий маркетинг» / Укл. С. О. Лебеденко. – Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. – 63 с. <https://surl.lu/vwdsgj>

Додаткові:

10. ДСТУ ISO/IEC 27001:2023 Інформаційні технології. Методи захисту. Системи управління інформаційною безпекою (ISO/IEC 27001:2022, IDT).
11. Копішинська О. П. Завдання для самостійної роботи та методичні рекомендації щодо їх виконання з дисципліни «Інформаційні системи і технології в маркетингу» – Полтава: ПДАА, 2019. – 28 с. <https://dspace.pdau.edu.ua/server/api/core/bitstreams/33b5b432-635a-492c-a8a0-b7bdbb10f4ef/content>
12. Маркетинг в умовах діджиталізації економіки країни : матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 23–24 листопада 2023 року). – Полтава : ПУЕТ, 2023. – 230 с. – 1 електрон. опт. диск (CD-R). – Текст укр., англ. мовами. https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2024/09/zt_marketynг-v-umovah-didzhytalizacziyi_2023.pdf
13. Маркетинг як інтелектуальна основа продажу : наук.-допом. бібліогр.покажч. / [упоряд.О. В. Олабоді] ; Нац. ун-т харч. технол., Наук.-техн. б-ка. – Київ, 2021. – 191 с. <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/14961d93-a91e-4012-ae1e-796d7aef0a37/content>
14. Пилипчук В.П. Інформаційне забезпечення маркетингової діяльності промислових підприємств та його ефективність. Маркетинг і цифрові технології, 2023. Том 7, № 1, С.140-148. DOI: [10.15276/mdt.8.1.2023.11](https://doi.org/10.15276/mdt.8.1.2023.11)
15. Пістунов І.М. Інформаційні технології в менеджменті: метод. рекомендації до виконання лабораторних робіт для студентів спеціальності 073 «Менеджмент». Дніпро: НТУ «ДП», 2022. 28 с. http://pistunovi.inf.ua/train_aids.html
16. Про авторське право і суміжні права: Закон України від 01.12.2022 № 2811-IX. Редакція від 10.10.2024 <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2811-20#Text>
17. Про електронну комерцію: Закон України від 03.09.2015 № 675-VIII. Редакція від 01.01.2024. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text>
18. Про захист персональних даних: Закон України від 01.06.2010 № 2297-VI. Редакція від 14.06.2025. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17#Text>
19. Ромат Є. В., Сендеров Д. В. Маркетингові комунікації: підручник (оновлене видання). — К.: Студцентр, 2024. — 440 с. https://knushop.com.ua/index.php?route=product/product&product_id=7233
20. Цифровий маркетинг - модель маркетингу XXI сторіччя. Монографія / За ред. д.е.н., проф. М.А.Окландера. Одеса: Астропринт, 2017. 292 с. https://oklander.info/wp-content/uploads/2017/08/195_monografia_-%D0%A6%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B9-%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3-20175.pdf

Інформаційні ресурси:

1. Довідкова система Microsoft 365. Електронний ресурс. Посилання:
<https://support.microsoft.com>

2. Довідкова система Google Docs. Електронний ресурс. Посилання:
<https://support.google.com>