



МАРКЕТИНГОВІ ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ

Викладач: кандидат економічних наук, доцент кафедри, Іванов Сергій Миколайович

Кафедра: кафедра економічної кібернетики, V корпус, ауд. 113

E-mail: flydaiver@gmail.com

Телефон: 0962400252

Інші засоби зв'язку: Viber та Telegram за вказаним телефоном, Moodle (форум курсу, приватні повідомлення)

Освітня програма, рівень вищої освіти	Маркетинг / бакалавр					
Статус дисципліни	Вибіркова					
Кредити ECTS	4	Навч. рік	2023-2024 1 семестр	Рік навчання	Тижні	10
Кількість годин	120	Кількість змістових модулів¹	6	Лекційні заняття –20 год Практичні заняття –20 год Самостійна робота – 80 год		
Вид контролю	екзамен					
Посилання на курс в Moodle	https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=11360					
Консультації:	щосереди, 12.00-13.00 5к.ауд.113					

ОПИС КУРСУ

Метою викладання дисципліни є формування когнітивних, афективних та моторних компетентностей відносно використання методичного апарату та інструментарію інформаційних систем і технологій для управління маркетинговою діяльністю на промисловому підприємстві, а також використання глобальної мережі Інтернет для маркетингової діяльності.

Основними завданнями дисципліни є: вивчення новітніх підходів до застосування інформаційних систем та технологій в маркетингу; оволодіння навичками впровадження інформаційних систем та технологій на підприємстві з метою оптимізації процесу пошуку та аналізу маркетингової інформації та підвищення ефективності прийняття управлінських рішень.

Об'єктом навчальної дисципліни є : маркетингові інформаційні системи

ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

У результаті вивчення дисципліни студенти будуть: Знати: теоретичні основи і понятійний апарат дисципліни; структуру та елементи інформаційних систем управління підприємством; найважливіші принципи, функції та методи проектування, впровадження та використання інформаційні системи і технології в маркетингу; базове та прикладне програмне забезпечення для автоматизації маркетингової діяльності; безпека та захист інформації в автоматизованих системах управління маркетингом; Інтернет-технології для маркетингової діяльності підприємства.

Вміти використовувати отримані знання для розробки та управління інформаційними системами і технологіями в маркетингової діяльності; використовувати можливості та принципи використання сучасних інформаційно-пошукових систем; функціональні можливості сучасних систем бізнес-планування та стратегічної оцінки бізнесу на підприємствах; функціональні можливості сучасних систем підтримки прийняття рішень та експертних систем; використовувати можливості

¹ 1 змістовий модуль = 15 годин (0,5 кредита ECTS)



корпоративних інформаційних систем; методологію планування та реалізації розвитку маркетингових інформаційних систем; використовувати в управлінській та маркетинговій діяльності можливості глобальної комп'ютерної мережі Інтернет; використовувати основні можливості електронної комерції в практичній діяльності організацій; визначати якості та джерела ефективності інформаційних систем; працювати в команді і вибудовувати відносини з колегами на основі поваги і довіри.

Основні навички: володіння спеціальною термінологією інформаційних системи і технологій в маркетингу та інтернет-маркетингу. зрозуміле і недвозначне донесення власних висновків, а також знань та пояснень, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб які навчаються; використання державної та іноземної мови у професійній діяльності; практикувати дотримання етичних принципів ведення дискусій та оприлюднення результатів наукової праці

ОСНОВНІ НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ

Відображені на сторінці курсу <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=11360>

КОНТРОЛЬНІ ЗАХОДИ

Поточні контрольні заходи:

Поточний контроль передбачає такі теоретичні завдання:

- Усне опитування і обговорення лекції;
- Короткі тести/контрольні роботи за пройденим матеріалом;

Поточний контроль передбачає такі практичні завдання:

- Розв'язання практичних завдань.
- Розв'язання задач.
- Тестові завдання.
- Презентація власних досліджень.

Підсумкові контрольні заходи:

Максимальна оцінка, яку студент може отримати за виконання екзаменаційної роботи, складає 40 балів. Екзаменаційна робота містить три теоретичних питання, кожне з яких оцінюється в 10 балів та одну задачу, яка оцінюється в 10 балів.

У випадку продовження карантинних заходів, викликаних пандемією коронавірусу, теоретичні питання будуть представлені у вигляді тестів.

Відповіді студента фіксуються письмово і зберігаються на кафедрі.

Результат виконання студентом кожного теоретичного завдання оцінюється так:

10-9 балів	студент має глибокі, міцні, узагальнені, системні знання з предмета, уміння застосувати знання, творчу, навчальну діяльність та має дослідницький характер, самостійно оцінює різноманітні життєві ситуації, явища, факти, виявляє і відстоює особистісну позицію
8-7 балів	студент отримує у випадку, якщо він відповідає не менше ніж на 30 % питання, зокрема знає тільки визначення понять та в загальних рисах може відповісти на поставлене запитання
6-4 бали	знання неповні, поверхневі. Студент відновлює основний навчальний матеріал, але недостатньо осмислено, не вміє самостійно аналізувати, робити висновки. Здатний вирішувати завдання за зразком. Володіє елементарними вміннями навчальної діяльності
3-1 бал	відповідь студента при відтворенні навчального матеріалу елементарна, фрагментарна, обумовлюється початковим уявленням про предмет вивчення
0 балів	студент не відповів на питання або дав неправильну відповідь

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТУ**
Силабус навчальної дисципліни
«Стратегічний маркетинг на міжнародному ринку»



Результат розв'язання студентом однієї задачі оцінюється так:

10 балів	Завдання виконано повністю без помилок
9-6 бали	Студент виконав завдання з несуттєвими помилками
5-1 бали	Виконано правильно не більше 20% завдання; завдання виконано з суттєвими помилками
0 балів	Студент не виконав завдання

Шкала оцінювання: національна та ECTS

За шкалою ECTS	За шкалою університету	За національною шкалою	
		Екзамен	Залік
A	90 – 100 (відмінно)	5 (відмінно)	Зараховано
B	85 – 89 (дуже добре)	4 (добре)	
C	75 – 84 (добре)		
D	70 – 74 (задовільно)	3 (задовільно)	
E	60 – 69 (достатньо)		
FX	35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання)	2 (незадовільно)	Не зараховано
F	1 – 34 (незадовільно – з обов'язковим повторним курсом)		

Контрольний захід		Термін виконання	% від загальної оцінки
Поточний контроль (max 60%)			
Змістовий модуль 1 (розділ 1)	опитування, розв'язання задач	Тиждень 1,2	5%
	розв'язання практичних завдань	Тиждень 1,2	5%
Змістовий модуль 2 (розділ 2)	опитування, розв'язання задач	Тиждень 3,4	5%
	розв'язання практичних завдань	Тиждень 3,4	5%
Змістовий модуль 3 (розділ 3)	опитування, розв'язання задач	Тиждень 5,6	5%
	розв'язання практичних завдань	Тиждень 5,6	5%
Змістовий модуль 4	опитування, розв'язання задач	Тиждень 7,8	5%
	розв'язання практичних завдань	Тиждень 7,8	5%

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТУ**
Силабус навчальної дисципліни
«Стратегічний маркетинг на міжнародному ринку»



(розділ 4)			
Змістовий модуль 5 (розділ 5)	опитування, розв'язання задач	Тиждень 9	5%
	розв'язання практичних завдань	Тиждень 9	5%
Змістовий модуль 6 (розділ 6)	опитування, розв'язання задач	Тиждень 10	5%
	розв'язання практичних завдань, презентація власних досліджень	Тиждень 10	5%
Підсумковий контроль (max 40%)			
Підсумкове теоретичне завдання: тести (на Moodle)		Тиждень 10	30%
Підсумкове практичне завдання: одна задача		Тиждень 10	10%
Разом			100%

Шкала оцінювання: національна та ECTS

За шкалою ECTS	За шкалою університету	За національною шкалою	
		Екзамен	Залік
A	90 – 100 (відмінно)	5 (відмінно)	Зараховано
B	85 – 89 (дуже добре)	4 (добре)	
C	75 – 84 (добре)		
D	70 – 74 (задовільно)	3 (задовільно)	
E	60 – 69 (достатньо)		
FX	35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання)	2 (незадовільно)	Не зараховано
F	1 – 34 (незадовільно – з обов'язковим повторним курсом)		

РОЗКЛАД КУРСУ ЗА ТЕМАМИ І КОНТРОЛЬНІ ЗАВДАННЯ

Тиждень і вид заняття	Тема заняття	Контрольний захід	Кількість балів
Змістовий модуль 1			
Тиждень 1	Інформаційні системи і технології, їх роль в управлінні економікою.	<i>опитування, розв'язання задач розв'язання практичних завдань</i>	10
Тиждень 2 Семинар 1			
Змістовий модуль 2.			
Тиждень 3	Економічна інформація і засоби її формалізованого опису	<i>опитування, розв'язання задач розв'язання практичних завдань</i>	10
Тиждень 4 Семинар 2			
Змістовий модуль 3			
Тиждень 5	Організація інформаційної бази	<i>опитування, розв'язання задач розв'язання практичних завдань</i>	10
Тиждень 6 Семинар 3			
Змістовий модуль 4			
Тиждень 7	Основи створення комп'ютерних	<i>опитування, розв'язання задач розв'язання практичних завдань</i>	10

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТУ**
Силабус навчальної дисципліни
«Стратегічний маркетинг на міжнародному ринку»



Тиждень 8 Семінар 4	технологій		
Змістовий модуль 5			
Тиждень 9	Створення інформаційних систем	<i>опитування, розв'язання задач розв'язання практичних завдань</i>	10
Тиждень 10 Семінар 5			
Змістовий модуль 6			
Тиждень 11	Технологічні засоби пошуку, збирання і нагромадження маркетингової інформації	<i>опитування, розв'язання задач розв'язання практичних завдань , презентація власних досліджень</i>	10
Тиждень 12 Семінар 6			

ОСНОВНІ ДЖЕРЕЛА

1. Попова Н. В. Маркетингові комунікації : підручник . Н. В. Попова, А. В. Катаєв, Л. В. Базалієва, О. І. Кононов, Т. А. Муха ; під загальною редакцією Н. В. Попової. Харків: «Факт», 2020. 315 с.
2. Посібник з питань використання соціальних мереж, розроблений Департаментом преси і публічної інформації Консультативної місії ЄС в Україні. м. Київ, EUAM Ukraine, 2020. 47 с.
3. Малімон В.І. Комунікативні технології в публічному управлінні: навчально-методичні матеріали. Івано-Франківськ, ІФОЦППК, 2018. 51 с.
4. Маркетингові комунікації: навч. посіб. / уклад. І. В. Король. Умань: Візаві, 2018. 191 с
5. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. Київ: КМ-Букс, 2018. 208с.
6. Іванов М.М., Корінев В. Л., Терент'єва Н. В., Малтиз В. В., Іванов С. М. Сучасні технології маркетингового менеджменту: монографія / за ред. Іванова М.М. Запоріжжя: ЗНУ, 2020. 184 с.
7. Воронюк А., Полищук А. Актуальний Інтернет-маркетинг. Київ: Агенство «Іріо», 2018. 160 с.

ДОДАТКОВА

1. Кремньов Д. Просування в соціальних мережах. СПб: Мережа, 2011. 160 с.
2. Діброва Т.Г. Маркетингова політика комунікацій: стратегії, вітчизняна практика : навчальний посібник. Київ : Стилос, 2011. 294 с
3. Каюченко А.В. Информационные технологии управления предприятием как современный фактор конкурентоспособности предприятия. Креативная экономика. 2009. № 10 (34). С. 71-76.
4. Голобородько О. П., Краус К. М. Цифрова економіка: тренди та перспективи авангардного характеру розвитку. Ефективна економіка. 2018. № 1. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6047> (Дата звернення: 20.11.2019)
5. Гарматюк, О. В. Використання маркетингових комунікацій для розвитку збуту продукції пивоварних підприємств/ О. В. Гарматюк// IV Міжнародна науково-практична конференція «Стратегія розвитку України: економічний та гуманітарний виміри»: матеріали IV



Міжнародної науково-практичної конференції. – К.: «Інформаційно-аналітичне агенство», 2017. – С.305-308 27.

6. Гарматюк, О. В. Маркетингова політика комунікацій у фармації / О. В. Гарматюк, А. А. Автомеєнко // Науковий журнал «Економічні горизонти». – 2017. – № 1(2). – С. 35–41.

7. Калетнік Г.М., Гунько І.В. Інноваційні платформи організації науково-дискусійних молодіжних майданчиків у контексті євроінтеграційного розвитку аграрної економіки. Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2017. №4. С. 7-18.

8. Коляденко С. В. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні і у світі. Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2016. № С. 106 – 107.

9. Краус Н. М., Голобородько О. П., Краус К. М. Цифрова економіка: тренди та перспективи авангардного характеру розвитку. Ефективна економіка. 2018. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6047> (Дата звернення: 20.11.2019)

10. Джоді Кук. Instagram Rules. The Essential Guide to Building Brands, Business and Community. Frances Lincoln. 2020. P.256

11. Діброва Т.Г. Маркетингова політика комунікацій: стратегія, вітчизняна практика. - Кондор, 2009. – 320 с.

Інформаційні ресурси:

1. Canvanizer. URL: <https://canvanizer.com>.

2. Twitter. URL: <http://twitter.com>.

3. Facebook. URL: <http://facebook.com>.

4. Instagram. URL: <https://instagram.com>.

5. Telegraph. URL: <https://telegra.ph/>

6. TweetStats. URL: <http://tweetstats.com/>.

7. Twinfluence. URL: <http://twinfluence.com/>.

8. Twitteranalyzer. URL: <http://twitteranalyzer.com/>.

9. Twittergrader. URL: <http://twittergrader.com/>.

10. Tweetmetrics. URL: <http://twitter-friends.com/>.



РЕГУЛЯЦІЇ І ПОЛІТИКИ КУРСУ²

Відвідування занять. Регуляція пропусків.

Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в онлайн формі за погодженням із деканом факультету).

Політика академічної доброчесності

Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Курсові роботи, реферати повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу

Використання комп'ютерів/телефонів на занятті

Під час занять заборонено надсилання текстових повідомлень, прослуховування музики, перевірка електронної пошти, соціальних мереж тощо. Електронні пристрої можна використовувати лише за умови виробничої необхідності в них (за погодженням з викладачем).

Комунікація

Комунікація викладача зі студентами здійснюється з використанням електронної пошти, та системи Moodle.

Політика щодо дедлайнів та перескладання: *Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин.*

² Тут зазначається все, що важливо для курсу: наприклад, умови допуску до лабораторій, реактивів тощо. Викладач сам вирішує, що треба знати студенту для успішного проходження курсу!



ДОДАТОК ДО СИЛАБУСУ ЗНУ – 2023-2024 рр.

ГРАФІК НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ 2023-2024 н. р. на сайті ЗНУ <https://www.znu.edu.ua/>

АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ. Студенти і викладачі Запорізького національного університету несуть персональну відповідальність за дотримання принципів академічної доброчесності, затверджених **Кодексом академічної доброчесності ЗНУ**: <https://tinyurl.com/ya6yk4ad>. Декларація академічної доброчесності здобувача вищої освіти (додається в обов'язковому порядку до письмових кваліфікаційних робіт, виконаних здобувачем, та засвідчується особистим підписом): <https://tinyurl.com/y6wzlu3>.

НАВЧАЛЬНИЙ ПРОЦЕС ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ. Перевірка набутих студентами знань, навичок та вмій (атестації, заліки, іспити та інші форми контролю) є невід'ємною складовою системи забезпечення якості освіти і проводиться відповідно до *Положення про організацію та методу проведення поточного та підсумкового семестрового контролю навчання студентів ЗНУ*: <https://tinyurl.com/y9tve4lk>.

ПОВТОРНЕ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІН, ВІДРАХУВАННЯ. Наявність академічної заборгованості до 6 навчальних дисциплін (в тому числі проходження практики чи виконання курсової роботи) за результатами однієї екзаменаційної сесії є підставою для надання студенту права на повторне вивчення зазначених навчальних дисциплін. Порядок повторного вивчення визначається *Положенням про порядок повторного вивчення навчальних дисциплін та повторного навчання у ЗНУ*: <https://tinyurl.com/y9pkmmp5>. Підстави та процедури відрахування студентів, у тому числі за невиконання навчального плану, регламентуються *Положенням про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів у ЗНУ*: <https://tinyurl.com/yqds57la>.

НЕФОРМАЛЬНА ОСВІТА. Порядок зарахування результатів навчання, підтверджених сертифікатами, свідоцтвами, іншими документами, здобутими поза основним місцем навчання, регулюється *Положенням про порядок визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті*: <https://tinyurl.com/y8gbt4xs>.

ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТІВ. Порядок і процедури врегулювання конфліктів, пов'язаних із корупційними діями, зіткненням інтересів, різними формами дискримінації, сексуальними домаганнями, міжособистісними стосунками та іншими ситуаціями, що можуть виникнути під час навчання, регламентуються *Положенням про порядок і процедури вирішення конфліктних ситуацій у ЗНУ*: <https://tinyurl.com/yqyfw9v>. Конфліктні ситуації, що виникають у сфері стипендіального забезпечення здобувачів вищої освіти, вирішуються стипендіальними комісіями факультетів, коледжів та університету в межах їх повноважень, відповідно до: *Положення про порядок призначення і виплати академічних стипендій у ЗНУ*: <https://tinyurl.com/yd6bq6p9>; *Положення про призначення та виплату соціальних стипендій у ЗНУ*: <https://tinyurl.com/y9r5dpwh>.

ПСИХОЛОГІЧНА ДОПОМОГА. Телефон довіри практичного психолога (061)228-15-84 (щоденно з 9 до 21).

ЗАПОБІГАННЯ КОРУПЦІЇ. Уповноважена особа з питань запобігання та виявлення корупції (Воронков В. В., 1 корп., 29 каб., тел. +38 (061) 289-14-18).

РІВНІ МОЖЛИВОСТІ ТА ІНКЛЮЗИВНЕ ОСВІТНЄ СЕРЕДОВИЩЕ. Центральні входи усіх навчальних корпусів ЗНУ обладнані пандусами для забезпечення доступу осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення. Допомога для здійснення входу у разі потреби надається черговими охоронцями навчальних корпусів. Якщо вам потрібна спеціалізована допомога, будь-ласка, зателефонуйте (061) 228-75-11 (начальник охорони). Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення у ЗНУ: <https://tinyurl.com/ydhcsagx>.

РЕСУРСИ ДЛЯ НАВЧАННЯ. Наукова бібліотека: <http://library.znu.edu.ua>. Графік роботи абонементів: понеділок – п'ятниця з 08.00 до 17.00; субота з 09.00 до 15.00.

ЕЛЕКТРОННЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАННЯ (MOODLE): <https://moodle.znu.edu.ua>

Якщо забули пароль/логін, направте листа з темою «Забув пароль/логін» за адресами:

- для студентів ЗНУ - moodle.znu@gmail.com, Савченко Тетяна Володимирівна
- для студентів Інженерного інституту ЗНУ - alexvasik54@gmail.com, Василенко Олексій Володимирович

У листі вкажіть: прізвище, ім'я, по-батькові українською мовою; шифр групи; електронну адресу.

Якщо ви вказували електронну адресу в профілі системи Moodle ЗНУ, то використовуйте посилання для відновлення паролю <https://moodle.znu.edu.ua/mod/page/view.php?id=133015>.

Центр інтенсивного вивчення іноземних мов: <http://sites.znu.edu.ua/child-advance/>

Центр німецької мови, партнер Гете-інституту: <https://www.znu.edu.ua/ukr/edu/ocznu/nim>

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТУ**
Силабус навчальної дисципліни
«Стратегічний маркетинг на міжнародному ринку»



Школа Конфуція (вивчення китайської мови): <http://sites.znu.edu.ua/confucius>