



**АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ**  
**«ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ І ТЕХНОЛОГІЇ В МАРКЕТИНГУ»**  
*дисципліна вільного вибору студента ступеня вищої освіти «бакалавр».*  
*Викладається кафедрою маркетингу*

**1. Мета опанування дисципліни.**

**Мета навчальної дисципліни** полягає у формулюванні у студентів сучасного мислення про інформаційні системи та технології, яке узагальнює уяву про основні поняття інформаційного менеджменту, зміст і напрямки використання інформаційних систем в практиці маркетингової діяльності підприємств; набуття студентами спеціальних знань та практичних навичок з організації і використання сучасних методів інформаційного маркетингового управління.

**2. В результаті вивчення дисципліни студент буде:**

**ЗНАТИ:** цілі та завдання, основні поняття курсу інформаційні системи і технології в маркетингу; основні елементи інформаційних систем, баз даних та інформаційних технологій; основи організації баз даних; методи інформаційного забезпечення маркетингу; етапи еволюції інформаційних технологій; методи збору даних та їх характеристики; типові процеси та технології перетворення інформації; основи проектування інформаційних мереж на підприємстві.

**ВМІТИ:** формулювати цілі та завдання створення інформаційних технологій на підприємстві; створювати бази даних в маркетингу; проектувати системи автоматизованого збору та обробки даних; створювати автоматизоване робоче місце маркетолога; володіти навиками роботи в Інтернет; володіти навиками роботи в Excel; володіти навиками роботи в Microsoft Access; проектувати технології та інформаційні мережі на підприємстві; визначати ефективність інформаційних технологій та мереж.

**3. Перелік компетенцій, яких набуде студент після опанування даної дисципліни:**

1. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
2. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
3. Здатність коректно застосовувати інформаційні технології та інструменти маркетингу.
4. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

**4. Сфера реалізації набутих знань і вмінь у майбутній професії**

Знання та вміння у межах тематики дисципліни необхідні майбутнім маркетологам для набуття практичних вмінь планування, організації та реалізації автоматизованих робочих місць маркетологів. Опанування змісту навчальної дисципліни повинно сприяти оволодінню навиками роботи з пакетами прикладного програмного забезпечення.

**5. Зміст дисципліни розкривається в наступних темах:**

1. Зміст, мета та завдання курсу
2. Інформація та її значення в маркетингу
3. Інформаційні системи, їх суть
4. Основи організації баз даних
5. Механізм інформування та концептуальна модель системи інформаційного забезпечення маркетингу
6. Методи і технологія інформаційного забезпечення маркетингу
7. Основи організації системи автоматизованого збирання та обробки інформації при безпаперовій інформаційній технології
8. Особливості організації в області обробки маркетингової інформації на підприємстві
9. Еволюція інформаційних технологій
10. Типові процеси та технологія перетворення інформації
11. Особливості інформаційних технологій, які орієнтовані на дані та знання
12. Організація системи інформаційного забезпечення маркетингу на підприємстві
13. Інформаційні технології розв'язання маркетингових задач
14. Інтернет – технології в маркетингу
15. Проектування інформаційних мереж та технологій на підприємстві
16. Ефективність функціонування інформаційних технологій і мереж.