

## **Навчальна дисципліна: ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ В МАРКЕТИНГУ**

**Статус:** нормативний

**Курс:** 4

**Семестр:** 8

**Попередні умови для вивчення:** навчальні дисципліни – «Макроекономіка», «Мікроекономіка», «Маркетинг», «Економіка підприємства», «Менеджмент», «Облік і аудит», «Інформатика».

### **Опис дисципліни**

**Мета:** формування знань і навичок щодо сучасних інформаційних систем і технологій, їх раціонального використання у системі управління підприємством, оцінки їх ефективності функціонування.

**Завдання:** надання теоретичного представлення о сучасних концепціях інформаційних систем маркетингу, основах їх розробки, джерелах поновлення баз даних, ознайомлення з провідними програмними продуктами інформаційного забезпечення маркетингу, які використовуються в Україні, Росії та інших країнах; набуття вмінь застосування інформаційних технологій для накопичення та обробки маркетингової інформації.

**Предмет:** теоретичні основи формування інформаційних систем маркетингу на підприємстві та практичне застосування інформаційних технологій в маркетингової діяльності.

### **Змістові модулі:**

Модуль 1. Теоретичні засади інформаційних систем маркетингу на підприємстві

Модуль 2. Практика побудови CRM-системи на підприємстві

Модуль 3. Інформаційні ресурси глобальної мережі Інтернет

Модуль 4. Формування та аналіз клієнтської бази даних за допомогою програмного забезпечення TerrasoftCRM

**Форми та методи навчання:** лекції, ситуації, case-study, завдання до лабораторних робіт, тренінги, рольові ігри, тестування

### **Форми організації контролю знань, система оцінювання:**

іспит – 8 семестр,

**Іспит:** 60 % – модульний контроль (2),

40 % – підсумковий контроль: екзаменаційна робота в письмовій формі (3 ак. години)

Оцінювання відбувається за чотирьохбальною шкалою та шкалою ECTS. Критерії оцінки знань наведені в робочій програмі.

**Навчально-методичне забезпечення:** НМКД – робоча програма, тексти лекцій, пакет лабораторних завдань, кейси, тести, ситуації. В наявності електронний варіант.

*Мова викладання:* українська, російська.

***Список рекомендованої літератури:***

***Основна***

1. Балдин К. В. Информационные системы в экономике / К. В. Балдин. – М.: ИТК "Дашков и Ко", 2009. – 394 с.
2. Грехов А. М. Електронний бізнес (Е-комерція) / А. М. Грехов. – К.: Кондор, 2008. – 301 с.
3. Мозгова Г. В. Опорний конспект лекцій з навчальної дисципліни «Інформаційні системи та технології в маркетингу» для студентів спеціальності 6.030507 «Маркетинг». – Х.: ХНУ, 2012. – 50 с. [Електронний варіант]

***Додаткова***

4. Иган Д. Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений / Д.Иган. – М.: ЮНИТИ, 2008. – 363 с.
5. Костяев Р.А. Бизнес в Интернете: финансы, маркетинг, планирование / Р. А. Костяев. – СПб.: БХВ-Петербург, 2002. – 656 с.
6. Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг / І. Л. Литовченко. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 182 с.
7. Оксанич А. П. Інформаційні системи і технології маркетингу / А. П. Оксанич. – К.: Професіонал, 2008. – 318 с.
8. Чучка І. М. Інтерактивний маркетинг / І. М. Чучка. – К.: Кондор, 2009. – 121 с.