

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
Навчально-науковий інститут бізнесу та сучасних технологій
Кафедра економічної кібернетики, бізнес-економіки
та інформаційних систем**

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ М.Є. Рогоза _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

«__» _____ 20__ р.

РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«Сучасні інформаційні методи та методики в маркетингу»

освітня програма «Маркетинг»

спеціальність 075 Маркетинг
(код) (назва спеціальності)

галузь знань 07 Управління та адміністрування
(код) (назва галузі знань)

ступінь вищої освіти бакалавр

ступінь вищої освіти молодший бакалавр

Робоча програма навчальної дисципліни «С Сучасні інформаційні методи та методики в маркетингу» схвалена та рекомендована до використання в освітньому процесі на засіданні кафедри економічної кібернетики, бізнес-економіки та інформаційних систем

Протокол від « 31 » серпня 2020 року № 1

Полтава 2020

Укладач: Кузьменко О.К., доцент, доцент кафедри економічної кібернетики, бізнес-економіки та інформаційних систем, к.е.н.

ПОГОДЖЕНО:

Гарант освітньої програми «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» ступеня бакалавр

_____ М.М. Іваннікова
(підпис) (ініціали, прізвище)
« _____ » _____ 20__ року

Гарант освітньої програми «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» ступеня молодший бакалавр

_____ М.М. Іваннікова
(підпис) (ініціали, прізвище)
« _____ » _____ 20__ року

Зміст

Розділ 1. Опис навчальної дисципліни	4
Розділ 2. Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання	4
Розділ 3. Програма навчальної дисципліни.....	5
Розділ 4 Тематичний план навчальної дисципліни	6
Розділ 5. Система оцінювання знань студентів	11
Розділ 6. Інформаційні джерела.....	12
Розділ 7. Програмне забезпечення навчальної дисципліни.....	12

Розділ 1. Опис навчальної дисципліни

Таблиця 1 – Опис навчальної дисципліни «Сучасні інформаційні методи та методики в маркетингу»

Місце у структурно-логічній схемі підготовки	<i>Пререквізити:</i> знання отримані студентами при навчанні в школі <i>Постреквізити:</i> Копірайтинг.	
Мова викладання	Українська.	
Статус дисципліни – обов'язкова		
Курс/семестр вивчення	1 курс, 1 семестр	
Кількість кредитів ЄКТС/ кількість модулів	5	
Денна форма навчання:		
Кількість годин: – загальна кількість: 1 семестр - 150 годин		
- лекції: 20 год.		
- практичні заняття: 40 годин		
- самостійна робота: 90 годин		
- вид підсумкового контролю (ПМК, екзамен): екзамен.		
Заочна форма навчання:		
Кількість годин: – загальна кількість: 2 семестр - 150 годин		
- лекції: 4 год.		
- практичні заняття: 6 годин		
- самостійна робота: 140 годин		
- вид підсумкового контролю (ПМК, екзамен): екзамен		

Розділ 2. Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Мета вивчення навчальної дисципліни є отримання майбутніми маркетингологами відповідного рівня фахово спрямованих теоретичних знань, формування та розвиток спеціальних умінь і практичних навичок з основ інформаційних технологій, а також використання інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) з метою успішного здійснення професійної діяльності у маркетинговій сфері відповідно до спеціальності «Маркетинг»

Таблиця 2 – Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач	Програмні результати навчання
<ul style="list-style-type: none"> • здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями (ЗК04); • визначеність і наполегливість 	<ul style="list-style-type: none"> • використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні

<p>щодо поставлених завдань і взятих обов'язків (ЗК05);</p> <ul style="list-style-type: none"> ● навички використання інформаційних і комунікаційних технологій (ЗК09); ● здатність працювати в команді (ЗК11); ● здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу (СК01) 	<p>продукти, необхідні для належного впровадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію (ПР07);</p> <ul style="list-style-type: none"> ● виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним (ПР12)
---	--

Розділ 3. Програма навчальної дисципліни

Модуль 1. Цифрові інструменти для сучасного маркетолога

Тема 1. Хмарні сервіси Google в професійній діяльності маркетолога

Історія, піраміда хмарних технологій. Характеристики, послуги хмарних технологій. Використання хмарних сервісів GOOGLE. Моделі надання хмарних сервісів. Використання хмарного сховища Google Drive. Створення і редагування Google документів. Створення електронної таблиці Spreadsheets. Визначення поняття “інформаційний пошук”, його завдання, та цілі. Інформаційні потреби та їх вплив на інформаційний пошук. Сервіси по скороченню посилань.

Тема 2. Хмарні сервіси Microsoft 365 в маркетинговій сфері

Основні поняття. Призначення хмарних сервісів. Робота з електронною поштою Outlook. Робота з календарями. Робота зі сховищем документів OneDrive. Документи World Online. Робота з презентаціями PowerPoint Online. Робота з книгою Excel Online. Робота з електронним записником OneNote. Спілкування в соціальній мережі Yammer. Створення сайту. Використання системи конференцзв'язку Skype (Lync Online).

Тема 3. Цифрові інструменти для колективної роботи маркетолога

Карти розуму: історія виникнення та розвитку. Дослідження та аналіз сервісів для створення ментальних карт. Модель е-середовища для організації групової проектної роботи. Хмарні сервіси Microsoft та Google для організації групової проектної роботи. Цифрові маркетингові інструменти.

Модуль 2. Створення цифрового контенту для маркетингової діяльності

Тема 4. Візуалізація маркетингового контенту

POWERPOINT – редактор презентацій. Робота у POWERPOINT. Правила ефективної презентації. Google Презентації. Створення інфографіки від компанії KOLOROURL. Робота у Canva.

Тема 5. Опрацювання маркетингової інформації в текстовому редакторі

Текстовий редактор WORD 2013. Робота у WORD 2013.

Текстовий процесор LibreOffice Writer.

Огляд текстового редактора Google.

Тема 6. Аналіз та обробка маркетингових даних засобами табличного редактора

Електронні таблиці MSEXCEL 2013. Офісний пакет libreoffice. Що краще Libreoffice або Microsoft Office. Гугл Таблицы / Google Sheets.

Тема 7. Формування публікації та маркетингових матеріалів за допомогою Microsoft Office Publisher

Публікації, їх види та призначення. Основні можливості настільних видавничих систем. Загальна характеристика Microsoft Office Publisher. Створення та наповнення буклету. Створення інформаційного бюлетеня. Поради щодо створення ефективних маркетингових публікацій. Створення у застосунку Publisher буклетів, які сприяють ефективним продажам.

Розділ 4 Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання семінарського, практичного або лабораторного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
Модуль 1. Цифрові інструменти для сучасного маркетолога					
Тема 1. Хмарні сервіси Google в професійній діяльності маркетолога Лекція 1- 2 1. Вступ. 2. Поняття «хмарні технології», категорії та моделі розгортання хмар. 3. Хмарні сервіси Google та приклади використання в маркетинговій діяльності. 4. Робота з спільними Документами, Таблицями, Презентаціями Google. 4. Налаштування сервісів Google для комунікації та планування роботи. 5. Поняття	4	Практичне заняття 1–2. Пошукова система - світ пошуку та комунікації для сучасного маркетолога.	4	Написати відповіді на питання, виконати індивідуальне завдання: 1. Налаштування сервісів Google для комунікації та планування роботи. 2. Поняття «інформаційний пошук», основні етапи та види інформаційного пошуку. 3. Маркетингові платформи на основі відкритих даних. Описати одну. 4. Сервіси для скорочення посилань. Описати один.	10

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання семінарського, практичного або лабораторного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
				сервісу Sway. 5. Створення цифрового контенту з використанням сервісу OneNote	
Тема 3. Цифрові інструменти для колективної роботи маркетолога Лекція 4. 1. Робота в групі. Що необхідно вміти цифровому маркетологу? Що важливо для ефективного роботи команди? 2. Планування роботи з використанням ментальних карт. 3. Спільна робота в реальному часі з використанням хмарних сервісів (Trello, Asana, Worksection, Notion, Teams, SharePoint). 4. Онлайн дошки для обговорення колективних проєктів (Conceptboard, Planner, Miro, Whiteboard).	2	Практичне заняття 5-6. Колективна робота цифрового маркетолога.	4	Написати доповідь про відповідний сервіс: 1. Поширені інструменти для онлайн зустрічей: Cisco Webex Meeting, Skype, Google Hangouts Meet, Zoom. 2. Спільна робота в реальному часі з використанням хмарних сервісів: Trello, Asana, Worksection, Notion, Teams, SharePoint. 3. Онлайн дошки для обговорення колективних проєктів: Conceptboard, Planner, Miro, Whiteboard.	15
Модуль 2. Створення цифрового контенту для маркетингової діяльності					
Тема 4. Візуалізація маркетингового контенту Лекція 5 1. Основні поняття щодо		Практичне заняття 7-8. Презентації один із способів візуалізації маркетингової інформації.	4	Обрати один із сервісів візуалізації даних. Ознайомитись з ним. Підготувати презентацію. Розробити	10

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання семінарського, практичного або лабораторного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
<p>візуалізації даних.</p> <p>2. Призначення, можливості й особливості використання презентацій</p> <p>3. Створення та збереження презентації.</p> <p>4. Додавання об'єктів до слайдів презентацій.</p> <p>5. Анімаційні ефекти.</p> <p>6. Показ слайдів</p>		<p>Практичне заняття 9-10. Ефективні колективні презентації у роботі маркетолога</p>	42	<p>відповідний продукт у обраному середовищі.</p>	
<p>Тема 5. Опрацювання маркетингової інформації в текстовому редакторі</p> <p>Лекція 6. Текстовий редактор Word. Основи роботи в MS Word</p> <p>1. Призначення та можливості текстового редактора Ms Word.</p> <p>2. Створення, завантаження, редагування документів у редакторі.</p> <p>3. Форматування тексту.</p> <p>4. Створення списків в документі Ms Word.</p> <p>5. Робота з</p>	2	<p>Практичне заняття 11-12. Робота в текстовому редакторі сучасного маркетолога.</p> <p>Практичне заняття 13. Спільна робота з використанням Документи Google</p>	2 2	<p>Підготувати доповідь щодо обраного програмне забезпечення: OpenOffice Writer, WordPerfect Office, Microsoft Word Online. Написати доповідь на тему "Опрацювання інформації з національних і міжнародних джерел, структурування в текстовому редакторі".</p>	10

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання семінарського, практичного або лабораторного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
таблицями. 6. Розміщення графіки в документах Ms Word.					
<p>Тема 6. Аналіз та обробка маркетингових даних засобами табличного редактора Лекція 7-8</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Структура вікна. 2. Рядок формул. 3. Створення документу. Шаблон. 4. Збереження файлів 5. Структура документа 6. Введення та редагування даних. 7. Робота з елементами таблиці. 8. Типові помилки. 9. Посилання. 10. Формули. 11. Функції. <p>Лекція 9. Створення Діаграм</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Діаграма і її основні елементи. 2. Побудова діаграм. 	<p style="text-align: center;">2</p> <p style="text-align: center;">2</p>	<p>Практичне заняття 14-15-16-17. Аналіз та обробка маркетингових даних засобами табличного редактора</p>	<p style="text-align: center;">8</p>	<p>Підготувати оповідь та презентації на тему: «Програмне забезпечення для статистичної обробки маркетингової інформації (Microsoft Excel, LibreOffice Calc, OpenOffice Calc, Microsoft Excel Online, Таблиці Google).» Сформулювати та розв'язати маркетингову задачу у відповідному програмному забезпеченні.</p>	<p style="text-align: center;">15</p>
<p>Тема 7. Формування публікації та маркетингових матеріалів за допомогою Microsoft Office Publisher. Лекція 10.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Публікації, їх 	<p style="text-align: center;">2</p>	<p>Практичне заняття 18-19-20. Робота у Microsoft Publisher</p>	<p style="text-align: center;">6</p>	<p>Індивідуальне завдання: Створити листівку привітання своїх однокурсників з «Днем студента». Створити календар з відстеженням дат на період з грудня по серпень включно.</p>	<p style="text-align: center;">15</p>

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання семінарського, практичного або лабораторного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
види та призначення. 2. Основні можливості настільних видавничих систем. 3. Загальна характеристика Microsoft Office Publisher. 4. Створення та наповнення буклету. 5. Створення інформаційного бюлетеня.				Створити рекламний буклет (фірми, підприємства, товару, тощо).	
Разом	20	-	40		90

Розділ 5. Система оцінювання знань студентів

Таблиця 5 – Розподіл балів за результатами вивчення навчальної дисципліни

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-3): захист домашнього завдання (2 балів); обговорення матеріалу занять (2 бали); виконання навчальних завдань (4 балів); завдання самостійної роботи (4 балів); тестування (4 бали); поточна модульна робота (10 балів)	22
Модуль 2 (теми 4-7): захист домашнього завдання (6 балів); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (15 балів); завдання самостійної роботи (3 балів); поточна модульна робота (10 балів)	38
Екзамен	40
Разом	100

Таблиця 6 – Шкала оцінювання знань здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90–100	A	Відмінно
82–89	B	Дуже добре
74–81	C	Добре
64–73	D	Задовільно
60–63	E	Задовільно достатньо
35–59	FX	Незадовільно з можливістю проведення повторного підсумкового контролю
0–34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни та проведенням підсумкового контролю

Розділ 6. Інформаційні джерела

Базова

1. Швиденко М.З., Ткаченко О.М., Глазунова О.Г., Мокрієв М.В., Матус Ю.В., Попов О.Є. Інформатика та комп'ютерна техніка. Підручник. К.: Інтерсервіс, 2014.
2. Литвинова С.Г., Спирін О.М., Анікіна Л.П. Хмарні сервіси Office 365: навчальний посібник, Київ: Компрінт, 2015.
3. Уокенбах Д., Excel 2016. Библия пользователя. Чехов, Компьютерное издательство “Диалектика”, 2018.

Допоміжна

1. Нелюбов В. О., Куруца О. С., Основи інформатики. Microsoft Excel 2016: навчальний посібник. Ужгород, Україна: ДВНЗ «УжНУ», 2018.
2. Нелюбов В. О., Куруца О. С., Основи інформатики. Microsoft PowerPoint 2016: навчальний посібник. Ужгород, Україна: ДВНЗ «УжНУ», 2018.
3. Нелюбов В. О., Куруца О. С., Основи інформатики. Microsoft Word 2016: навчальний посібник. Ужгород, Україна: ДВНЗ УжНУ, 2018.
4. Інформаційні ресурси : Prometheus. Електронний ресурс: <https://prometheus.org.ua/>

Розділ 7. Програмне забезпечення навчальної дисципліни

Пакет програмних продуктів Microsoft Office, Microsoft 365, сервіси Google.