

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ  
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»  
Навчально-науковий інститут денної освіти  
Кафедра економічної кібернетики, бізнес-економіки та інформаційних систем

**СИЛАБУС**

навчальної дисципліни

**«Сучасні інформаційні методи та методики в маркетингу»**

на 2021-2022 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	1 курс, 1 семестр
Освітня програма/спеціалізація	Маркетинг, Інтернет маркетинг
Спеціальність	075 «Маркетинг»
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Ступінь вищої освіти	Молодший бакалавр/ бакалавр

ПІБ НПП, який веде дану дисципліну,  
науковий ступінь і вчене звання,  
посада

Кузьменко Олександра Костянтинівна  
кандидат економічних наук, доцент  
доцент кафедри економічної кібернетики, бізнес-економіки та інформаційних систем

Контактний телефон	50 92 05
Електронна адреса	oldrakk@gmail.com
Розклад навчальних занять	<a href="http://schedule.puet.edu.ua/">http://schedule.puet.edu.ua/</a>
Консультації	очна <a href="http://www.ek.puet.edu.ua">http://www.ek.puet.edu.ua</a> он-лайн: електронною поштою, пн-пт з 10.00-17.00
Сторінка дистанційного курсу	<a href="http://el.puet.edu.ua">http://el.puet.edu.ua</a>

**Опис навчальної дисципліни**

<b>Мета вивчення навчальної дисципліни</b>	навчальної дисципліни «Сучасні інформаційні методи та методики в маркетингу» є отримання майбутніми маркетологами 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»
<b>Тривалість</b>	5 кредити ЄКТС/150 годин (лекції 20 год., практичні заняття 40 год., самостійна робота 90 год.)
<b>Форми та методи навчання</b>	Лекції та практичні заняття в аудиторії та виїзні, самостійна робота поза розкладом. Методи: інструктування, сторітелінг, інфографіка, творчі роботи, узагальнення і систематизації знань, частково-пошукові, генерації ідей, симуляційні, дискусійні.
<b>Система поточного та підсумкового контролю</b>	Поточний контроль: відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; доповіді з рефератами та їх обговорення; тестування; поточна модульна робота Підсумковий контроль: екзамен
<b>Базові знання</b>	Наявність знань з курсу інформатики повної середньої освіти
<b>Мова викладання</b>	Українська

**Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання**

<b>Програмні результати навчання</b>	<b>Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач</b>
<p>ПР06. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p>	<p>ЗК04. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.                      ЗК07. Здатність застосовувати знання на відповідному практичному рівні.                      ЗК09. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.                      ЗК12. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.                      СК08. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень.                      СК09. Здатність аналізувати та визначати особливості функціонування ринків.</p>

**Тематичний план навчальної дисципліни**

<b>Назва теми</b>	<b>Види робіт</b>	<b>Завдання самостійної роботи у розрізі тем</b>
<b>Модуль 1. Цифрові інструменти сучасного маркетолога</b>		
<p>Тема 1. Хмарні сервіси Google в професійній діяльності маркетолога</p>	<p>Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи.</p>	<p>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.</p>
<p>Тема 2. Хмарні сервіси Microsoft 365 в маркетинговій сфері</p>	<p>Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи.</p>	<p>Підготувати відповіді на питання:                      1. Хмарний інтернет-сервіс і програмне забезпечення компанії Microsoft, що розповсюджується за схемою «програмне забезпечення + послуги».                      2. Навести приклади та описати (один) хмарні сервіси Microsoft 365 для комунікації, колаборації, кооперації.                      3. Налаштування доступу корпоративного рівня до електронної пошти, обміну файлами та онлайнзустрічей.                      4. Створення цифрового контенту з використанням сервісу Sway.                      5. Створення цифрового контенту з використанням сервісу OneNote.</p>
<p>Тема 3. Цифрові інструменти для колективної роботи маркетолога</p>	<p>Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи.</p>	<p>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.</p>

<i>Назва теми</i>	<i>Види робіт</i>	<i>Завдання самостійної роботи у розрізі тем</i>
		3. Онлайн дошки для обговорення колективних проєктів: Conceptboard, Planner, Miro, Whiteboard.
<b>Модуль 2. Створення цифрового контенту для маркетингової діяльності</b>		
Тема 4. Візуалізація маркетингового контенту	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи.	Обрати один із сервісів візуалізації даних. Ознайомитись з ним. Підготувати презентацію. Розробити відповідний продукт у обраному середовищі.
Тема 5. Опрацювання маркетингової інформації в текстовому редакторі	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи.	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».
Тема 6. Аналіз та обробка маркетингових даних засобами табличного редактора	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи.	Підготувати доповідь та презентації на тему: «Програмне забезпечення для статистичної обробки маркетингової інформації (Microsoft Excel, LibreOffice Calc, OpenOffice Calc, Microsoft Excel Online, Таблиці Google)». Сформувати та розв'язати маркетингову задачу у відповідному програмному забезпеченні.
Тема 7. Збір та аналіз маркетингової інформації за допомогою мобільних додатків	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи.	Індивідуальне завдання: Обрати один та розглянути запропонований інструмент. Сформувати презентацію щодо представлення обраного інструменту, виконати відповідне завдання.

### *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/>

### **Програмне забезпечення навчальної дисципліни**

- Пакет програмних продуктів Microsoft Office, Microsoft 365; сервіси Google, Glide.

### **Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання**

- Політика щодо термінів виконання та перескладання: завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75 % від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). Перескладання модулів відбувається із дозволу провідного викладача за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- Політика щодо академічної доброчесності: списування під час виконання поточних модульних робіт та тестування заборонено (в т. ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття.
- Політика щодо відвідування: відвідування занять є обов'язковим компонентом. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі (Moodle) за погодженням із провідним викладачем.
- Політика зарахування результатів неформальної освіти:

### **Оцінювання**

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

<b>Види робіт</b>	<b>Максимальна кількість балів</b>
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

### **Шкала оцінювання здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни**

<b>Сума балів за всі види навчальної діяльності</b>	<b>Оцінка за шкалою ЄКТС</b>	<b>Оцінка за національною шкалою</b>
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 повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни