

Назва. Інформаційні системи та технології в маркетингу

Тип. Вибіркова.

Рік навчання. 2019–2020.

Семестр. 7.

Кількість кредитів ЄКТС. 4.

ПІБ лектора, науковий ступінь, посада. Ушакова І. О., к.е.н., доц.

Результати навчання:

- вибрати інформаційні технології для обробки маркетингової інформації;
- розробляти структуру проекту, виконувати управління ресурсами проекту в середовищі MS Project;
- розраховувати параметри мережної моделі;
- здійснювати пошук маркетингової інформації в мережі Internet;
- управляти взаємовідносинами з клієнтами в CRM-системі.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. "Маркетинг", "Інформатика", «Економетрика», "Економіка підприємства", «Маркетингові дослідження».

Зміст. Інформація, її види та властивості. Поняття, розвиток і види інформаційних технологій. Інформаційні технології оброблення і зберігання інформації. Мережні інформаційні технології. Internet-маркетинг. Безпека даних та захист інформації. Системний підхід до інформатизації бізнесу. Основи створення інформаційних систем. Системи управління проектами. Промислові стандарти корпоративних інформаційних систем. Інформаційні системи управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM-системи). Корпоративні інформаційні системи нового покоління.

Рекомендовані джерела.

1. Інформаційні системи в економіці / за ред. В. С. Пономаренко. – Київ : Академія, 2002. – 542 с.

2. Косенков С. І. Маркетингові дослідження : навч. посібн. / С. І. Косенков. – Київ : Скарби, 2004. – 464 с.

3. Макаренко Т. І. Моделювання та прогнозування у маркетингу : навч. посібн. / Т. І. Макаренко. – Київ : Центр навчальної літератури, 2005. – 160 с.

4. Маркетинг : навч. посіб. / С. І. Косенков, Т. П., Прохорова П. А. Орлов та ін. – Харків : ІНЖЕК, 2012. – 528 с.

5. Методичні рекомендації до виконання лабораторних робіт з навчальної дисципліни "Сучасні інформаційні технології в наукових і маркетингових дослідженнях" для студентів напряму підготовки 6.030507 "Маркетинг" денної форми навчання / укл. В. В. Рубан, В. Ю. Маврідю, К. В. Селезньова. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2014. – 41 с.

6. Пінчук Н. С. Інформаційні системи і технології в маркетингу : навч. посібн. / Н. С. Пінчук, Г. П. Галузинський, Н. С. Орленко. – Київ : КНЕУ, 1999. – 328 с.

Методи навчання.

Лекції, лабораторні заняття.

Методи оцінювання:

- поточний контроль (активність роботи на лекції; захист лабораторних завдань);
- підсумковий контроль (залік).

Мова навчання. Українська.