

Назва. Сучасні інформаційні технології в маркетингових дослідженнях

Тип. Вибіркова.

Рік навчання. 2019–2020.

Семестр. 7.

Кількість кредитів ЄКТС. 4.

ПІБ лектора, науковий ступінь, посада. Рубан В. В., к.е.н., доц.

Результати навчання:

- виявляти розуміння сутності теоретичних основ використання сучасних інформаційних технологій в маркетингових дослідженнях;
- використовувати найбільш поширені пошукові системи Internet для збору даних;
- використовувати бази даних для маркетингових досліджень;
- створювати інформаційну базу та працювати з нею при виконанні конкретних функцій управління маркетингом.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. "Маркетинг", "Інформатика", "Економетрика", "Економіка підприємства", «"Теорія ймовірності та математична статистика", "Оптимізаційні методи та моделі".

Зміст. Інформаційні процеси в маркетингових дослідженнях. Характеристика, принципи створення ІСМ (інформаційних систем маркетингу). Типові технологічні засоби автоматизації функцій управління маркетинговою діяльністю. Технологічні засоби підтримки прийняття маркетингових рішень. Технологічні засоби реалізації маркетингових моделей. Організація маркетингових досліджень з використанням комп'ютерних технологій обробки інформації. Інформаційна технологія розв'язання задач з дослідження ринку та попиту. Інформаційна технологія розв'язання задач з маркетингових досліджень товару. Інформаційна технологія розв'язання задач з розрахунку цін на товари. Інформаційна технологія розв'язання задач з рекламної діяльності.

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. Мавріду, 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.