

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Львівський національний університет природокористування
Факультет механіки, енергетики та інформаційних технологій
Кафедра інформаційних технологій



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Інформаційний маркетинг та менеджмент

ОПП «Інформаційні системи та технології»
для спеціальності 126 – Інформаційні системи та технології
другий (магістерський) рівень вищої освіти

Львів 2023 р.

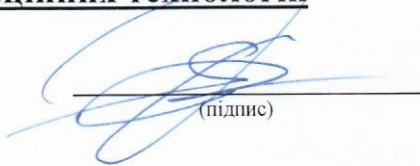
Робоча програма навчальної дисципліни *Інформаційний маркетинг та менеджмент* для студентів спеціальності 126 – Інформаційні системи та технології, другий (магістерський) рівень вищої освіти

Розробники: к.т.н., доц. Луб П.М.

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри Інформаційних технологій

Протокол № 1 від 28 серпня 2023 року

Завідувач кафедри Інформаційних технологій



(підпис)

(Тригуба А.М.)
(прізвище та ініціали)

Робочу програму схвалено на засіданні методичної комісії факультету механіки, енергетики та інформаційних технологій Протокол № 1 від 30 серпня 2023 року.

Голова методичної комісії факультету механіки, енергетики та інформаційних технологій.



(підпис)

(Ковалишин С.Й.)
(прізвище та ініціали)

1. Опис навчальної дисципліни

Галузь знань, освітній ступінь

Рівень вищої освіти: другий (магістерський)

Освітній ступінь: магістр

Галузь знань 12 Інформаційні технології
(шифр і назва)

Спеціальність 126 «Інформаційні системи та технології»
(шифр і назва)

Характеристика навчальної дисципліни:

Вибіркова дисципліна

Кількість кредитів 4

Загальна кількість годин – 120

Індивідуальне науково-дослідне завдання _____
(назва)

Вид контролю: диф. залік

Тижневих аудиторних годин для денної форми навчання – 4

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до загальної кількості годин становить (%):

для денної форми навчання – 53.3 %;

для заочної форми навчання – 16.7 %

2. Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Сутність та роль інформаційних систем в управлінні діяльністю організацій [11]

- 1.1. Інформаційні процеси у виробничій сфері.
- 1.2. Сутність інформаційних систем в управлінні підприємством.
- 1.3. Етапи розвитку та класифікація інформаційних систем.

Тема 2. Корпоративні інформаційні системи [12]

- 2.1. Класифікація інформаційних систем.
- 2.2. Структура інформаційної системи.
- 2.3. Корпоративні інформаційні системи: поняття, характерні ознаки.

Тема 3. Інформаційні технології управління проектами [12]

- 3.1. Поняття проекту. Процес управління проектом.
- 3.2. Процес планування проекту.
- 3.3. Сучасні системи управління проектами.
- 3.4. Розрахунок параметрів мережної моделі.

Тема 4. Промислові стандарти корпоративних інформаційних систем [12]

- 4.1. Еволюція промислових стандартів створення інформаційних систем.
- 4.2. CRM-системи.
- 4.3. Автоматизація документообігу.

Тема 5. Системи підтримки прийняття управлінських рішень [11]

- 5.1. Сутність систем підтримки прийняття управлінських рішень.
- 5.2. Використання технологій штучного інтелекту в управлінні організацією.
- 5.3. Експертні системи.
- 5.4. Бази даних і віртуальні сховища даних для підтримки прийняття рішень

Тема 6. Електронна комерція [11]

- 6.1. Електронна комерція: основні поняття та визначення.
- 6.2. Основні принципи технології електронної комерції.
- 6.3. Платіжні системи Інтернет.

Тема 7. Впровадження інформаційних систем [11]

- 7.1. Послідовність робіт при виборі інформаційної системи.
- 7.2. Етапи впровадження інформаційних систем.

Тема 8. CRM-системи ведення обліку продажів

- 8.1. CRM – стратегія.
- 8.2. Роль інформаційних технологій у стратегії CRM та маркетинг у стратегії CRM.

Тема 9. Методи оцінки економічної ефективності ІТ-проектів в ІМ [4]

- 9.1. Модель сукупної вартості володіння ТСО.
- 9.2. Метрики TVO оцінки ефективності.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с. р.		л	п	лаб.	інд.	с. р.
Семестр 2						Семестр 2						
Тема 1.	11	2	2			7	11					11
Тема 2.	14	4	4			6	14	2	2			10
Тема 3.	14	4	4			6	14		2			12
Тема 4.	14	4	4			6	14					14
Тема 5.	14	4	4			6	14	2	2			10
Тема 6.	11	2	2			7	11					11
Тема 7.	14	4	4			6	14	2	2			10
Тема 8.	14	4	4			6	14	2	2			10
Тема 9.	14	4	4			6	14		2			12
Іспит	-					-	-					-
Усього годин	120	32	32	0	0	56	120	8	12	0	0	100
Індивідуальні завдання												
КР												
Усього годин	120	32	32			56	120	8	12		0	100

4. Перелік лабораторно-практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість, год.
1	Аналіз сайту інтернет-магазину за допомогою сервісу SimilarWeb	4
2	Аналіз конкурентів за допомогою сервісу SimilarWeb	4
3	Аналіз соціальних мереж за допомогою сервісів SimilarWeb та StatCounter	4
4	Система розподілу в мережі Інтернет	6
5	Організація маркетингових досліджень в мережі Інтернет	4
6	Розробка анкети для проведення маркетингового інтернет-дослідження	4
7	Розробка плану інтернет-маркетингу підприємства	6

5. Теми, питання та завдання, винесені на самостійне вивчення

№ з/п	Назва теми
1	Інформація в управлінні маркетинговою діяльністю
2	Маркетингова інформаційна система: класифікація видів, сучасні інформаційні технології

3	Інформаційні і телекомунікаційні технології і системи в маркетингу
4	Планування інформаційного забезпечення маркетингової діяльності
5	Маркетингові дослідження в структурі маркетингової інформаційної системи
6	Методи аналізу маркетингової інформації
7	Практика застосування систем інформаційно-аналітичного забезпечення маркетингу
8	Класифікація програмних продуктів в галузі маркетингових інформаційних систем організацій різних галузей
9	Маркетингові інформаційні системи в промисловості і торгівлі
10	Клієнтоорієнтовані інформаційні системи

6. Індивідуальні завдання

Тема(и) курсових робіт, завдання - .

-

7. Методи навчання

1. Словесні методи (розповідь, пояснення, бесіда, лекція.)

2. Наочні методи:

- ілюстрація (презентації, таблиці, моделі, муляжі, малюнки тощо);

- демонстрування методики, об'єкту вивчення: діюча методика; модель; база даних; інтерактивний ресурс тощо;

3. Практичні методи: практичні та самостійні роботи.

4. Словесні (вербальний, дискусійний), дослідницький, аналіз, синтез, індукція, дедукція.

8. Методи контролю

Політика оцінювання

Політика щодо дедлайнів та перескладання: Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75% від можливої максимальної кількості балів). Перескладання проміжних модулів відбувається за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Політика щодо академічної доброчесності: Списування під час тестування, виконання контрольних робіт або підсумкового заліку заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється технічно використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань.

Політика щодо відвідування: Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином: поточний контроль оцінюється в 100 балів, та складається із двох модулів по 50 балів кожен. В суму балів кожного модуля входять бали за підготовку, виконання та захисту 9 тем (7 практичних робіт) по 10 балів за кожну роботу ($10 \times 9 = 90$) та 10 балів за самостійну роботу, яка оцінюється усна компонента під час здачі модуля (співбесіда із лектором) ($10 \times 1 = 10$).

Поточне тестування та самостійна робота (разом 50 балів)				Підсумковий контроль	Сума
Модуль 1 (25 балів)		Модуль 2 (25 балів)		екзамен	
П1- П5	СР	П6- П9	СР		
15 x 3 = 45	5	15 x 3 = 45	5	-	100

П1, П2 ... П10 – практичні роботи; СР – самостійна робота.

9. Результати навчання

У результаті засвоєння тем із дисципліни *Інформаційний маркетинг та менеджмент* здобувачі другого (магістерського) рівня вищої освіти набувають знання, уміння та компетентності, що відповідають вимогам ОП *«Інформаційні системи і технології»* спеціальності 126 *«Інформаційні системи і технології»*.

Індекс в матриці ОПП	Програмні компоненти
ІНТ	Здатність розв'язувати задачі дослідницького та інноваційного характеру у сфері інформаційних систем та технологій.
СК08	Здатність до управління діяльністю ІТ компаній в сучасних ринкових умовах, виконання моніторингу нових технологій для розуміння їх потенціалу та можливості використання під час проектування ІСТ в АПК.
РН12	Використовувати методи бізнес-аналізу, інформаційний маркетинг та інноваційні технології для прогнозування та планування ІТ проектів розвитку підприємств та організацій АПК із врахуванням особливостей предметної галузі.

10. Методичне забезпечення

Навчально-методичні матеріали до лабораторно-практичних занять; підручники і навчальні посібники; контрольні роботи; текстові та електронні варіанти тестів для поточного і підсумкового контролю, методичні матеріали для самостійної роботи студентів та виконання завдань.

11. Рекомендована література

Базова

1. Бородкіна І.Л., Матвієнко О.В. Практичний курс з вивчення комп'ютерних технологій підготовки даних. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 448 с.
2. Жаворонкова Г. В. Інформаційне підприємництво: інновації, консалтинг, маркетинг. – К.: Національний авіаційний університет, 2003. – 366 с.
3. Жежнич П. І. Технології інформаційного менеджменту : навч. посіб. / П. І. Жежнич. – Л. : Вид-во Львів. політехніки, 2010. – 260 с.
4. Знахур С. В. Інформаційний менеджмент та маркетинг : конспект лекцій / С. В. Знахур. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2009. – 132 с.
5. Куденко Н. В. Менеджмент – управління інформацією / Навч. посібн. – К: КДТЕУ, 1999. – 313 с.
6. Палеха Ю.І., Горбань Ю.І. Інформаційний бізнес : підручник / Ю.І. Палеха, Ю.І. Горбань – К.: Вид-во Ліра-К. 2015. – 492 с.
7. Палеха Ю.І., Палеха О.Ю. Маркетинг інформаційних продуктів і послуг : навч. посіб. / Ю.І. Палеха, О.Ю. Палеха. К. : Вид-во Ліра-К: 2013. – 478 с.
8. Метешкін К.О., Костенко О.Б., Сенчук Т.С. Інформаційні системи і технології. – Х., 2010. – 240 с.
9. Охріменко В.М., Воронкова Т.Б. Інформаційні системи і технології на підприємствах: Конспект лекцій. – Харків: ХНАМГ, 2006. – 185 с.
10. Плескач В. Л. Інформаційні технології та системи : підручник / В. Л. Плескач, Ю. В. Рогушина, Н. П. Кустова. – К. : Книга, 2004. – 520 с.
11. Скопенко Н.С., Турчина М.П. Інформаційні системи і технології в управлінні : конспект лекцій для здобувачів освітнього ступеня «Магістр» спеціальності 073 «Менеджмент» освітньо-професійної програми «Менеджмент організацій і адміністрування» денної та заочної форм навч. / Н.С. Скопенко, М.П. Турчина. – К. : НУХТ, 2020. – 91 с.
12. Ушакова І. О. Інформаційні системи та технології на підприємстві : конспект лекцій / І. О. Ушакова, Г. О. Плеханова. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2009. – 128 с.

Допоміжна

1. Боровська Т.М., Северілов В.А., Васюра А.С. Моделювання та оптимізація в системах автоматичного управління. Навч. посібник // „Універсум”, Вінниця – 2017. – 134 с.
2. Пінчук Н.С., Галузинський Г.П., Орленко Н.С. Інформаційні системи і технології в маркетингу. – К.: КНЕУ, 1999. – 328с.

12. Інформаційні ресурси

1. Бібліотечно-інформаційні ресурси – книжковий фонд, періодика та фонди на електронних носіях бібліотеки ЛНУП, державних органів науково-технічної інформації, наукових, науково-технічних бібліотек та інших наукових бібліотек України.
2. ISO [Електронний ресурс] // Офіційний сайт ISO. – Режим доступу: <http://www.iso.org/iso/home.htm>
3. Український інститут науково технічної інформації, сайт: http://www.uinte.kiev.ua/viewpage.php?page_id=7
4. Навчальний сайт «Інформаційні системи та технології»: http://informatic-10.at.ua/index/informacijni_sistemi_ta_tekhnologiji/0-29