

Навчальна дисципліна: ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ В МЕНЕДЖМЕНТІ

Статус: нормативний

Курс: 4

Семестр: 7, 8

Попередні умови для вивчення: навчальні дисципліни – «Макроекономіка», «Мікроекономіка», «Маркетинг», «Економіка підприємства», «Менеджмент», «Облік і аудит», «Інформатика», «Інформаційні системи та технології», «Основи зовнішньоекономічної діяльності».

Опис дисципліни

Мета: це набуття студентами знань з основ організації та функціонування інформаційних систем менеджменту та формування практичних навичок відтворення інформаційних ресурсів.

Завдання: надання теоретичного представлення о сучасних концепціях інформаційних систем менеджменту, основах їх розробки, джерелах поновлення баз даних, ознайомлення з провідними програмними продуктами інформаційного забезпечення маркетингу, які використовуються в Україні, Росії та інших країнах; набуття вмінь застосування інформаційних технологій для накопичення та обробки маркетингової інформації.

Предмет: теоретичні основи формування інформаційних систем маркетингу на підприємстві та практичне застосування інформаційних технологій в управлінській діяльності.

Змістові модулі:

Модуль 1. Теоретичні засади інформаційних систем менеджменту на підприємстві

Модуль 2. Практика побудови CRM-системи на підприємстві

Модуль 3. Інформаційні ресурси глобальної мережі Інтернет

Модуль 4. Формування та аналіз клієнтської бази даних за допомогою програмного забезпечення TerrasoftCRM

Форми та методи навчання: лекції, ситуації, case-study, завдання до лабораторних робіт, тестування

Форми організації контролю знань, система оцінювання:

залік – 7 семестр

іспит – 8 семестр,

курсова робота – 8 семестр

Залік: 60 % – модульний контроль (2),

40 % – підсумковий контроль: залікова робота в письмовій формі (2 ак. години)

Оцінювання відбувається за шкалою зараховано / не зараховано та шкалою ECTS.

Іспит: 60 % – модульний контроль (2),
40 % – підсумковий контроль: екзаменаційна робота в письмовій формі (3 ак. години)

Оцінювання відбувається за чотирьохбальною шкалою та шкалою ECTS. Критерії оцінки знань наведені в робочій програмі.

Навчально-методичне забезпечення: НМКД – робоча програма, тексти лекцій, плани практичних занять, пакет розрахунково-аналітичних завдань, кейси, тести, ситуації. В наявності електронний варіант.

Мова викладання: українська, російська.

Список рекомендованої літератури:

Основна

1. Балдин К. В. Информационные системы в экономике / К. В. Балдин. – М.: ИТК "Дашков и Ко", 2009. – 394 с.
2. Грехов А. М. Електронний бізнес (Е-комерція) / А. М. Грехов. – К.: Кондор, 2008. – 301 с.
3. Мозгова Г. В. Опорний конспект лекцій з навчальної дисципліни «Інформаційні системи та технології в менеджменті» для студентів, 6.030601 – «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності». – Х.: ХНУ, 2012. – 50 с. [Електронний варіант]

Додаткова

4. Иган Д. Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений / Д.Иган. – М.: ЮНИТИ, 2008. – 363 с.
5. Костяев Р.А. Бизнес в Интернете: финансы, маркетинг, планирование / Р. А. Костяев. – СПб.: БХВ-Петербург, 2002. – 656 с.
6. Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг / І. Л. Литовченко. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 182 с.
7. Оксанич А. П. Інформаційні системи і технології маркетингу / А. П. Оксанич. – К.: Професіонал, 2008. – 318 с.
8. Чучка І. М. Інтерактивний маркетинг / І. М. Чучка. – К.: Кондор, 2009. – 121 с.