СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

ІНФОРМАЦІЙНІ ТА КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

спеціальність	**D5 «Маркетинг»**	**обов'язковість дисципліни**	**обов'язкова**
освітня програма	**«Маркетинг»**	**факультет**	**менеджменту, адміністрування та права**
освітній рівень	**перший (бакалаврський)**	**кафедра**	**інформаційних технологій, кібернетики та захисту інформації**

ВИКЛАДАЧ

Чаговець Віта Віталіївна



Вища освіта – спеціальність «Організація механізованої обробки економічної інформації»
Науковий ступінь – кандидат економічних наук, спеціальність 08.00.21 – економіка, планування та організація управління промисловістю та її галузями
Вчене звання – доцент кафедри інформаційних технологій
Досвід роботи – більше 30 років
Показники професійної активності з тематики курсу:

- **автор більше 80 методичних розробок;**
- **співавтор понад 100 тематичних публікацій;**
- **учасник наукових і методичних конференцій.**

телефон	**0969412850**	**електронна пошта**	**kit.chah@biotechuniv.edu.ua**	**дистанційна підтримка**	**http://moodle.btu.kharkiv.ua**

До викладання дисципліни долучені: - .

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНЮ КОМПОНЕНТУ (ДИСЦИПЛІНУ)

Мета:	**підготовка студентів до використання сучасних інформаційних та комунікаційних технологій у професійної діяльності маркетологів, проведенні досліджень прикладного характеру та застосуванні автоматизованих систем на підприємствах.**
Формат:	**лекції, практичні заняття, самостійна робота.**
Деталізація результатів навчання і форм їх контролю	• **розуміння: принципів використання інформаційних та комунікаційних технологій у професійній діяльності (ЗК4) / опитування, захист практичних робіт, самостійної роботи, тестування.** • **уміння: застосовувати інформаційні та комунікаційні технології для інформаційного забезпечення професійної діяльності та проведення досліджень прикладного характеру в середовищі програм інтегрованого пакету MS Office (ЗК4, ЗК9, СК11) / опитування, захист виконаних практичних завдань, самостійної роботи, тестування.** • **здатність: здійснювати пошук та аналіз інформації з різних джерел, у тому числі, інтернет-ресурсів (ЗК9, СК11) / захист рефератів, самостійної роботи, підготовка доповіді та виступ на студентській науковій конференції.** • **уміння: укладати ділову документацію та проводити економічні та маркетингові розрахунки у середовищах MS Word, MS Excel, Google-Документи, Google-Таблиці (ЗК4, ЗК9, СК11) / опитування, захист практичних робіт та самостійної роботи, тестування.** • **уміння: використовувати інструменти Web-дизайну, створювати об'єкти засобами графічних редакторів (ЗК9, СК11)/ опитування, захист практичних робіт, самостійної роботи, тестування.** • **здібність: розробляти елементи сайтів для електронної комерції (ЗК4, ЗК9, СК11)/ опитування, захист практичних робіт, самостійної роботи, тестування.** • **здатність: використовувати автоматизовані системи різного класу, призначені для маркетингу (СК11) / опитування, захист практичних робіт та самостійної роботи, тестування.**
Обсяг і форми контролю:	**4 кредити ECTS (120 годин): лекції – 16 годин, практичні – 28 годин; підсумковий контроль – іспит**
Вимоги викладача:	**вчасне оволодіння матеріалом дисципліни та виконання завдань, активність у навчанні**
Умови зарахування:	**згідно з навчальним планом**

ВІДПОВІДНІСТЬ СТАНДАРТУ ОСВІТИ І ОСВІТНІЙ ПРОГРАМІ

Компетентності	**Інтегральна компетентність:** **здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів маркетингу і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.** **Загальні компетентності:** **ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.**	**Програмні результати навчання**	**Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.** **Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.** **Р7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для**

	ЗК9. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології. **ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).** **Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:** **СК11. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу..**		**належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.** **Р8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.** **Р10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.** **Р11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.** **Р12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.** **Р14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.** **Р16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.**

СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ (ДИСЦИПЛІНИ)

Розділ. ІНФОРМАЦІЙНІ ТА КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ВИРІШЕННІ ФАХОВИХ ЗАВДАНЬ

Тема 1. Лекції 1-3	**Основи інформаційних та комунікаційних технологій** **1. Поняття інформаційно-комунікаційних технологій.** **2. Комп'ютерні мережі.** **3. Хмарні технології.** **4. Комп'ютерна безпека.**	**ПР 1-3**	**Робота з хмарними сервісами: Google-Документи, Google-Таблиці.** **Обробка анкети опитування задоволеності клієнтів послугами компанії. Побудова графіків. Використання масивів.**	**Самостійна робота**	**Опрацювання прослуханого лекційного матеріалу. Самостійне опрацювання питань: новітні напрямки розвитку системного ПЗ персональних комп'ютерів, тенденції розвитку антивірусного програмного забезпечення, апаратне забезпечення сучасних локальних мереж, комп'ютерна безпека, вбудовані функції MS Excel.**
Тема 2. Лекція 4	**WEB-дизайн** **1. Web-проекти.** **2. Інструменти Web-дизайну. Робота з графікою.** **3. Створення мультимедійних об'єктів.** **4. Система управління контентом.**	**ПР 4-6**	**Web-графіка.**		**Опрацювання прослуханого лекційного матеріалу. Самостійне опрацювання питання: створення постеру засобами Adobe Photoshop, функціональні можливості MS Word для створення Web-сторінки, порівняльний аналіз сучасних платформ для**

					створення Web-сторінки, система управління контентом CMS.
Тема 3. Лекція 5	Електронна комерція 1. Поняття, структура, моделі електронної комерції. 2. Інструменти електронної комерції.	ПР 7-9	Розробка елементів сайту для електронної комерції.		Опрацювання прослуханого лекційного матеріалу. Самостійне опрацювання питань: модель електронної комерції C2C, модель електронної комерції D2C.
Тема 4. Лекція 6	Реалізація методів прийняття рішень в управлінні підприємствами 1. Функціональні можливості MS Excel для підтримки прийняття управлінських рішень. 2. Оперативно-календарне планування з MS Project. 3. Програмні засоби кореляційної обробки економічних даних. 4. Застосування системи математичних розрахунків MathCad у дослідженні бізнес-процесів. 5. Програмні засоби 3-D візуалізації проєктних рішень.	ПР 10-12	Програмні засоби підтримки прийняття рішень MS Excel. Робота зі списками. Консолідація даних		Опрацювання прослуханого лекційного матеріалу. Самостійне опрацювання питань: створення зведених таблиць і робота з ними, робота з формами за допомогою макросів та модулів, програмні засоби 3-D візуалізації проєктних рішень
Тема 5. Лекція 8	Інформаційні системи та технології в підприємствах харчової індустрії 1. Поняття інформаційної системи підприємства. 2. Класифікація інформаційних технологій на підприємствах. 3. Мережна інфраструктура сучасного торговельного підприємства. 4. Системи управління підприємствами торгівлі. 5. Системи управління підприємствами харчування.	ПР 13-14	ІС маркетингу		Опрацювання прослуханого лекційного матеріалу. Самостійне опрацювання питань з підготовкою доповіді на студентській конференції за напрямом «Використання інформаційних систем та технологій в маркетингу», створення презентації доповіді з відео-кліпами та звуковим супроводженням матеріалу.

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА ТА МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

Література	**1. Основи інформаційних технологій / Т. М. Басюк, Н. О. Думанський, О. В. Пасічник [нове видання]. – Львів : «Новий світ-2000», 2024. – 390 с.** **2. Логінова Н. І. Інформаційні технології : навч.-метод. посібник [Електронне видання] / Н. І. Логінова, О. Г. Трофименко, М. А. Яценко, Т. А. Латковська. – Одеса, 2024. – 152 с. – URL: https://dspace.onua.edu.ua/server/api/core/bitstreams/054c69d1-4593-4842-8dff-38af521ecdbd/content/.** **3. Кравченко, І. В. Інформаційні технології [Електронний ресурс] : підручник / І. В. Кравченко, В. І. Микитенко ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. – 447 с. – URL: https://ela.kpi.ua/bitstreams/d203081c-6073-43c8-8a9a-934c0480c7d8/download.**	**Методичне забезпечення**	**1. Інформаційні та комунікаційні технології: конспект лекцій для здобувачів першого (бакалавр.) рівня вищої освіти денної та заочної. форм навчання зі спец. 075 «Маркетинг» / уклад. В. В. Чаговець. / Електронне видання. ДБТУ 2024р. 96с.** **2. Інформаційні та комунікаційні технології : метод. вказівки до виконання лабораторних робіт з дисципліни для здобувачів першого (бакалавр.) рівня вищої освіти денної та заочної. форм навчання зі спец. 075 Маркетинг, 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність, 181 Харчові технології, 241 Готельно-ресторанна справа / уклад. В. В. Чаговець. – Харків : ДБТУ, 2023. – 53 с.** **3. Інформаційні та комунікаційні технології: навч.-метод. посібник для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ден. та заочн. форм навчання спеціальностей G13 «Харчові технології», D5 «Маркетинг», D7 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», J2 «Готельно-ресторанна справа»; Держ. біотехнологічний ун-т; уклад.: Ю. В. Синявіна, В. В. Чаговець. Харків : [б. в.], 2025. – 130 с**

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ (https:// biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2025/09/pol-org-op-25rv1.pdf)

Система		Бали	
Підсумкове оцінювання	**100 бальна ECTS (стандартна)**	**1-60**	**за результатами поточного контролю**
		1-40	**підсумковий контроль (екзамен)**
Поточне оцінювання	**60 бальна сумарна**	**1-30**	**Усні відповіді на практичних заняттях**
		1-30	**Результат засвоєння блоку самостійної роботи**

НОРМИ АКАДЕМІЧНОЇ ЕТИКИ ТА ДОБРОЧЕСНОСТІ

Всі учасники освітнього процесу (в тому числі здобувачі освіти) повинні дотримуватися Кодексу академічної доброчесності Державного біотехнологічного університету (https://library.btu.kharkov.ua/images/docs/KODEKS%20akademicnoi%20dobrocesnosti.pdf) та вимог, які прописані у Положення про академічну доброчесність та етику академічних взаємовідносин (https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2025/10/norm-b-acad-pol1v.pdf) виявляти дисциплінованість, вихованість, поважати гідність один одного, проявляти доброзичливість, чесність, відповідальність.