



Вищий навчальний заклад
«НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ»
Факультет економіки та інформаційних технологій
Кафедра комп'ютерних наук, інформаційних технологій та системного
аналізу

ЗАТВЕРДЖЕНО

Декан факультету економіки та
інформаційних технологій



Ю.М. Неговська

РОБОЧА ПРОГРАМА

ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ В МАРКЕТИНГУ
(назва навчальної дисципліни)

підготовки перший (бакалаврський) рівень
(назва рівня вищої освіти)

галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
(шифр і назва галузі знань)

Спеціальність 075 «Маркетинг»
(код і найменування спеціальності)

освітньо-професійної програми «Маркетинг»
(найменування освітньої програми)

тип дисципліни професійної та практичної підготовки

2020 рік

ПОГОДЖЕНО:

Гарант освітньої програми



(підпис)

Т.В.Серкутан
(прізвище, ініціали)

РЕКОМЕНДОВАНО:

Кафедрою комп'ютерних наук,
інформаційних технологій та системного
аналізу

протокол № 1 від «27» серпня 2020 року

Завідувач кафедри



О.І. Савенков

Розробники:

Нестеренко Олександр Васильович, кандидат технічних наук, доцент,
професор кафедри комп'ютерних наук, інформаційних технологій та системний
аналіз

1. Опис навчальної дисципліни

Мова навчання: українська

Статус дисципліни: обов'язкова

Передумови вивчення навчальної дисципліни: «Інформаційні системи в маркетингу» базується на вивченні здобувачами вищої освіти дисциплін: "Інформатика та комп'ютерна техніка", "Маркетинг", «Вступ до фаху».

Предметом вивчення навчальної дисципліни «Інформаційні системи в маркетингу» є фундаментом освіти фахівців в напрямку використання інформаційних технологій та систем в маркетингу, зокрема: організація та завдання інформаційних процесів та технологій в маркетингу; технологічне забезпечення маркетингової діяльності; комп'ютерне моделювання технології вирішення задач функціонального аналізу в маркетингу.

Інформаційний обсяг навчальної дисципліни. На вивчення навчальної дисципліни відводиться **150** годин, **5** кредитів ECTS.

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Інформаційні системи в маркетингу» є засвоєння теоретичних і практичних знань з основ створення та функціонування інформаційних систем і технологій, їх використання для управління економікою, вивчення теорії економічної інформації, структури та етапів побудови інформаційних систем в економіці та маркетингу; ознайомлення із сучасними інформаційними технологіями та їх використанням в інформаційних системах; формування теоретичних знань та практичних умінь використання засобів інформаційних технологій і можливостей прикладного програмного забезпечення.

Основними **завданнями** навчальної дисципліни «Інформаційні системи в маркетингу» є набуття здобувачами вищої освіти компетентності щодо використання навичок застосування засобів інформаційних технологій і прикладного програмного забезпечення для вирішення актуальних практичних завдань у професійній діяльності фахівця-економіста, маркетолога.

3. Компетентності та заплановані результати навчання

Дисципліна «Інформаційні системи в маркетингу» забезпечує набуття здобувачами вищої освіти **компетентностей**:

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК7	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях
ЗК9	Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
ЗК11	Здатність працювати в команді.

Спеціальні (фахові) компетентності:

СК6	Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності
СК10	Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності
СК12	Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач освіти повинен досягти таких запланованих результатів навчання:

Програмні результати навчання (ПРН)

ПРН3	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
ПРН4	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та

	маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
ПРН7	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
ПРН14	Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин							
	денна форма				Заочна форма			
	усього	у тому числі			усього	у тому числі		
		лекції	Прак-тичні	Сам.р		лекції	Прак-тичні	Сам.р
Змістовий модуль 1.								
Тема 1. Сутність і поняття маркетингової інформації	18	2	6	10	18	-	1	17
Тема 2. Еволюція стратегічних моделей управління підприємством в інформаційних системах.	18	2	6	10	18	-	1	17
Тема 3. Використання інформаційних технологій в маркетинговій аналітиці.	19	2	7	10	19	1	2	16
Тема 4. Автоматизація управління маркетингом та проектами на підприємствах.	19	2	7	10	19	1	2	16
Змістовий модуль 2.								
Тема 5. Експертні системи і системи підтримки прийняття рішень та їх використання.	19	3	6	10	19	-	2	17
Тема 6. Огляд деяких програмних продуктів, що пропонуються на ринку.	19	3	6	10	19	-	2	17
Тема 7. Інформаційні системи та інформатизація процесів управління маркетингом на підприємствах.	19	3	7	9	19	1	2	16
Тема 8. Захист інформаційних ресурсів у бізнес-системах.	19	3	7	9	19	1	2	16
Всього	150	20	52	78	150	4	14	132

5. Зміст програми навчальної дисципліни

Тема 1. Сутність і поняття маркетингової інформації

Сутність маркетингової інформації. Основні поняття і сутність системи маркетингової інформації. Характеристика джерел системи маркетингової інформації. Основні складові частини системи маркетингової інформації. Особливості роботи системи маркетингової інформації на ринку. Основні фактори, що ускладнюють роботу з маркетинговою інформацією. Вплив стримуючих чинників на структуру і зміст системи маркетингової інформації.

Тема 2. Еволюція стратегічних моделей управління підприємством в інформаційних системах

Складові управління. Модель процесу управління. Функції управління. Сучасні концепції управління підприємствами. Еволюція промислових стандартів інформаційних систем. Американське товариство управління виробництвом і запасами (APICS). Парадигма планування потреб у матеріалах (MRP), її основні положення, переваги і недоліки.

Концепція MRPII (Manufacturing Resource Planning System). Функціональні модулі MRPII. Схематичний план роботи системи. ERP-системи на рівні підприємства. Інтеграція покупця з ключовими бізнес-процесами організації, CSRP (Customer Synchronized Resource Plan-ning).

Тема 3. Використання інформаційних технологій в маркетинговій аналітиці

Загальні визначення. Інформаційна технологія. Апаратні засоби. Робочі станції. ПЕОМ. Принтери. Офісне обладнання. Програмні продукти. Послуги. Телекомунікаційне обладнання. Склад груп і підгруп. Поняття, класифікація програмного забезпечення. Системне програмне забезпечення. Операційні системи. Файлова система. Оболонки. Операційні системи Windows. Операційна система Unix. Операційна система Linux. Мережне програмне забезпечення. Система програмування. Транслятор. Компілятор. Інтерпретатор. Прикладне програмне забезпечення. Пакети прикладних програм. Інтегровані пакети. Текстовий редактор. Табличний процесор. База даних. Система управління базами даних. Графічний редактор. Органайзери. Основні напрями розвитку телекомунікацій. Компоненти й типи телекомунікацій. Телекомунікації у діловій сфері.

Тема 4. Автоматизація управління маркетингом та проектами на підприємствах

Визначення поняття «проект». Методи мережевого планування. Етапи розвитку систем управління проектами. Середні розміри проектів. Рівні управління проектами. Завдання оперативно-календарного планування і управління. Етапи мережевого планування. Діаграма Ганта. Розділи функціональної структури управління проектами. Групи проливості. Особливості базової платформи. Поняття «документа». Система документації. Поток документів. Документообіг. Система документаційного забезпечення управління. Діловодство. Види документів. Інформаційна система управління документами. Узагальнена схема бізнеспроцесів. Класифікація та характеристика ІСУД. Функції систем управління діловодством і документообігом. Конкурентні переваги систем управління документообігом. Властивості корпоративної ІСУД. Стратегічні і тактичні переваги впровадження корпоративних ІСУД. Ієрархія ІТ управління інтелектуальними активами підприємства. Напрямки розвитку технологій управління документами і знаннями.

Тема 5. Експертні системи і системи підтримки прийняття рішень та їх використання

Визначення експертних систем та їх структура. Класифікація експертних систем. Системи підтримки прийняття рішень, їх основні властивості. Еволюція систем підтримки прийняття рішень (СППР). Архітектура та сфери застосування СППР.

Тема 6. Огляд деяких програмних продуктів, що пропонуються на ринку

Інформаційна індустрія та інформаційний ринок. Сегментація ринку ІПП. Ринок програмних засобів. Характеристика ринку маркетингових послуг. Характеристика ринку Інтернет-послуг. Ринок праці в інформаційній галузі.

Тема 7. Інформаційні системи та інформатизація процесів управління маркетингом на підприємствах

Інформація та її роль у процесі управління маркетингом. Поняття маркетингової інформації. Структура, форма подачі та відображення інформації. Інформація в системі управління

маркетингом. Типи маркетингової інформації. Структура маркетингової інформаційної системи, характеристика її основних підсистем. Модуль "Маркетинг" у корпоративних інформаційних системах. Характеристика спеціалізованих програмних продуктів з маркетингу. Автоматизована підтримка маркетингових досліджень. Автоматизоване управління рекламною діяльністю. Особливості Інтернет- маркетингу.

Тема 8. Захист інформаційних ресурсів у бізнес-системах

Захист даних. Загрози для корпоративних інформаційних систем. Заходи та засоби захисту корпоративних інформаційних систем.

6. Теми лекцій

№ з/п	Назва теми	Обсяг у годинах	
		Денна форма	Заочна форма
1	Сутність і поняття маркетингової інформації.	2	-
2	Еволюція стратегічних моделей управління підприємством в інформаційних системах.	2	-
3	Використання інформаційних технологій в маркетинговій аналітиці.	2	1
4	Автоматизація управління маркетингом та проектами на підприємствах.	2	1
5	Експертні системи і системи підтримки прийняття рішень та їх використання.	3	-
6	Огляд деяких програмних продуктів, що пропонуються на ринку.	3	-
7	Інформаційні системи та інформатизація процесів управління маркетингом на підприємствах.	3	1
8	Захист інформаційних ресурсів у бізнес-системах.	2	1
Усього годин		20	4

7. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Обсяг у годинах	
		Денна форма	Заочна форма
1	Сутність і поняття маркетингової інформації.	6	1
2	Еволюція стратегічних моделей управління підприємством в інформаційних системах.	6	1
3	Використання інформаційних технологій в маркетинговій аналітиці.	7	2
4	Автоматизація управління маркетингом та проектами на підприємствах.	7	2
5	Експертні системи і системи підтримки прийняття рішень та їх використання.	6	2
6	Огляд деяких програмних продуктів, що пропонуються на ринку.	6	2
7	Інформаційні системи та інформатизація процесів управління маркетингом на підприємствах.	7	2
8	Захист інформаційних ресурсів у бізнес-системах.	7	2
Усього годин		52	14

8. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Обсяг у годинах	
		Денна форма	Заочна форма
	<i>Не передбачено навчальним планом</i>		

9. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Обсяг у годинах	
		Денна форма	Заочна форма
	<i>Не передбачено навчальним планом</i>		

10. Теми самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Обсяг у годинах	
		Денна форма	Заочна форма
1	Сутність і поняття маркетингової інформації.	10	17
2	Еволюція стратегічних моделей управління підприємством в інформаційних системах.	10	17
3	Використання інформаційних технологій в маркетинговій аналітиці.	10	16
4	Автоматизація управління маркетингом та проектами на підприємствах.	10	16
5	Експертні системи і системи підтримки прийняття рішень та їх використання.	10	17
6	Огляд деяких програмних продуктів, що пропонуються на ринку.	10	17
7	Інформаційні системи та інформатизація процесів управління маркетингом на підприємствах.	9	16
8	Захист інформаційних ресурсів у бізнес-системах.	9	16
Усього годин		78	132

11. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

1. Сутність інформаційного маркетингу
2. Цілі та функції інформаційного маркетингу
3. Види інформаційного маркетингу
4. Об'єкти і суб'єкти інформаційного маркетингу
5. Роль та значення інформації в управлінні маркетинговою діяльністю.
6. Характеристика та форми відображення маркетингової інформації.
7. Класифікація маркетингової інформації.
8. Методи дослідження інформації
9. Поняття інформаційних систем та технологій в маркетингу
10. Класифікація інформаційних систем
11. Необхідність автоматизації інформаційних процесів
12. Сучасні тенденції використання інформаційних технологій в управлінні маркетингом.
13. Загальна характеристика технологічних засобів підтримки прийняття маркетингових рішень.

14. Засоби переструктуризації даних для аналізу залежності між різними ринковими та виробничими факторами.
15. Засоби складання зведених таблиць, діаграм, графіків для підтримки маркетингових рішень.
16. Концептуальна модель організації маркетингових досліджень в умовах комп'ютерних технологій.
17. Розроблення концепції та проекту дослідження, проведення дослідження та прийняття маркетингових рішень.
18. Аналіз впливу результатів дослідження на діяльність підприємства.
19. Роль і місце маркетингових комунікацій у маркетингу.
20. Методи комп'ютерної комунікації.
21. Internet як інструмент для комунікації.
22. Електронна пошта та робота з Outlook Express
23. Роль інформаційних систем і технологій на сучасному етапі розвитку ринкових відносин.
24. Значення інформаційних систем і технологій у стратегії розвитку підприємства.
25. Роль інформаційного середовища в корпоративних системах управління.
26. Участь інформаційних технологій у формуванні управлінських рішень.
27. Історія розвитку APICS (Асоціація управління операційним менеджментом).
28. Концепція MRPII – історія і сучасність. 17
29. Сучасні системи CSRP.
30. Функціональні можливості програмного забезпечення для CRM-систем.
31. Основні етапи управління проектами.
32. Ролі виконувачів проектів.
33. Міжнародні стандарти управління проектами.
34. Середовище управління проектами Microsoft Project.
35. Системи організації електронного архіву документів.
36. Сучасні експертні системи.
37. Застосування технологій штучного інтелекту в управлінні.
38. Сфери застосування і прийоми використання систем підтримки прийняття рішень в управлінні промисловим підприємством.
39. Методи інтелектуального аналізу даних.

ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ

1. Етапи становлення інформаційного ринку в Україні.
2. Ринок інформаційних підприємств і ринок некомерційних організацій, які використовують інформаційний маркетинг.
3. Закони України, які спрямовані на створення умов для розвитку інформаційного ринку в Україні.
4. Закони й декрети, які регламентують інформаційну маркетингову діяльність підприємств.
5. Інформаційний маркетинг: стан розвитку в Україні.
6. Необхідність використання інформаційного маркетингу в діяльності підприємств.
7. Поняття «Інформаційні системи маркетингу», його характеристика.
8. Структура маркетингової інформаційної системи (МІС).
9. Характеристика та структура технічного забезпечення МІС.
10. Загальна характеристика інформаційного забезпечення МІС.
11. Склад та характеристики комплексів задач у функціональних підсистемах МІС.
12. Інформаційна технологія розв'язання задач з управління рекламною діяльністю.
13. Захист інформації в економічних інформаційних системах.
14. Комп'ютерне моделювання технології рішення функціональних задач маркетингу.

12. Питання для підготовки до підсумкового контролю (диф.заліку)

1. Основні поняття і сутність системи маркетингової інформації.
2. Основні складові частини системи маркетингової інформації.
3. Вплив стримуючих чинників на структуру і зміст системи маркетингової інформації.
4. Функції управління. Сучасні концепції управління підприємствами.
5. Еволюція промислових стандартів інформаційних систем.
6. Американське товариство управління виробництвом і запасами (APICS).
7. Парадигма планування потреб у матеріалах (MRP), її основні положення, переваги і недоліки.
8. Поняття, класифікація програмного забезпечення.
9. Системне програмне забезпечення. Операційні системи. Файлова система. Оболонки.
10. Операційні системи Windows.
11. Система управління базами даних.
12. Телекомунікації у діловій сфері.
13. Визначення поняття «проект». Методи мережевого планування.
14. Етапи розвитку систем управління проектами.
15. Інформаційна система управління документами.
16. Функції систем управління діловодством і документообігом.
17. Напрямки розвитку технологій управління документами і знаннями.
18. Визначення експертних систем та їх структура. Класифікація експертних систем.
19. Системи підтримки прийняття рішень, їх основні властивості.
20. Еволюція систем підтримки прийняття рішень (СППР).
21. Інформаційна індустрія та інформаційний ринок.
22. Характеристика ринку маркетингових послуг.
23. Характеристика ринку Інтернет-послуг.
24. Ринок праці в інформаційній галузі.
25. Інформація та її роль у процесі управління маркетингом.
26. Структура, форма подачі та відображення інформації.
27. Інформація в системі управління маркетингом
28. Характеристика спеціалізованих програмних продуктів з маркетингу.
29. Автоматизована підтримка маркетингових досліджень.
30. Автоматизоване управління рекламною діяльністю.
31. Особливості Інтернет- маркетингу.
32. Захист даних. Загрози для корпоративних інформаційних систем.
33. Заходи та засоби захисту корпоративних інформаційних систем.

13. Методи навчання

Методи навчання на лекціях:

- вербальний метод (лекція, дискусія тощо);
- методи візуалізації (презентація, метод ілюстрації (графічний, табличний, тощо), метод демонстрацій та інші);
- робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування тощо);
- інші методи у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо);

Методи навчання на практичних, семінарських заняттях:

- вербальний метод (дискусія, співбесіда тощо);
- практичний метод (практичні, семінарські та лабораторні заняття);
- метод візуалізації (презентація, метод ілюстрації (графічний, табличний, тощо), метод демонстрацій та інші);
- робота з навчально-методичною літературою (рецензування, підготовка реферату, есе, доповіді тощо);

- інші методи у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо);
- кейс-метод (вирішення ситуацій, розв'язання завдань тощо);
- Дослідницький метод
- Пошуковий метод.

14. Методи оцінювання

У процесі вивчення дисципліни «Інформаційні системи в маркетингу» використовуються такі методи оцінювання:

- для поточного контролю у вигляді *усного та письмового опитування, фронтального опитування, тестування, вирішення ситуаційних завдань, розв'язування задач, написання есе (рефератів), виконання індивідуальних та групових проєктів, творчих завдань, тощо.*
- для модульного контролю у вигляді *письмової відповіді, тестування, вирішення ситуаційних завдань, розв'язування задач, тощо.*
- для підсумкового контролю *проведення екзамену або заліку (усна та/або письмова відповідь, тестування, вирішення ситуаційних завдань, розв'язування задач, тощо.).*

15. Засоби діагностики результатів навчання

Робоча програма передбачає застосування засобів діагностики результатів навчання за формами контролю знань:

- *поточний контроль* може передбачати застосування широкого спектру форм та методів оцінювання знань, що проводиться за кожною темою.
- *модульний контроль* передбачає письмове виконання різних видів контрольних завдань.
- *підсумковий контроль* передбачає проведення екзамену або заліку

Завершальним етапом досягнення запланованих програмних результатів навчання з навчальної дисципліни «Інформаційні системи в маркетингу» є підсумковий контроль - диф.залік.

16. Критерії та порядок оцінювання результатів навчання

Рекомендоване оцінювання окремих видів навчальної діяльності здобувача вищої освіти:

№	Вид навчальної діяльності здобувачів вищої освіти*	Кількість балів
1.	Реферат, есе	1-5
2.	Вирішення ситуаційних завдань, розв'язання задач	1-5
3.	Індивідуальне завдання	1-5
4.	Відповідь на практичному, семінарському, лабораторному занятті	1-5
5.	Ділова гра, практичний кейс, тощо.	1-10
6.	Участь у публічних заходах (конференція, олімпіада тощо)	1-10
7.	Модульний контроль (для денної форми здобуття освіти)	1-20
8.	Контрольна робота (для заочної форми здобуття освіти)	1-50

*види навчальної діяльності здобувачів освіти обираються та оцінюються викладачем за рекомендованою шкалою в залежності від особливостей навчальної дисципліни

Для визначення ступеня засвоєння навчального матеріалу та поточного оцінювання знань здобувачів вищої освіти оцінюються за такими критеріями:

Бали	Критерії оцінювання
90-100	Здобувач вищої освіти повною мірою засвоїв програмний матеріал, виявляє знання основної та додаткової літератури, наводить власні міркування, робить узагальнюючі висновки, використовує знання інших галузей знань, вдало наводить приклади.

82-89	Здобувач вищої освіти демонструє достатньо високий рівень знань, при цьому відповідь досить повна, логічна, з елементами самостійності, але містить деякі неточності або незначні помилки, або присутня недостатня чіткість у визначенні понять.
75-81	Здобувач вищої освіти володіє достатнім обсягом навчального матеріалу, здатний його аналізувати, але не має достатніх знань для формування висновків, не завжди здатний асоціювати теоретичні знання з практичними прикладами
64-74	Здобувач вищої освіти в загальній формі розбирається в матеріалі, проте відповідь неповна, неглибока, містить неточності, є помилки у формулюванні понять, відчуваються складнощі в застосуванні знань при наведенні прикладів.
60-63	Здобувач вищої освіти в загальній формі розбирається в матеріалі, допускає суттєві помилки при висвітленні матеріалу, формулюванні понять, не може навести приклади.
35-59	Здобувач вищої освіти не володіє переважною частиною програмного матеріалу, допускає суттєві помилки при висвітленні понять.
1-34	Здобувач вищої освіти не засвоїв програмний матеріал.

Критерієм успішного проходження здобувачем освіти підсумкового оцінювання може бути досягнення ним мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним запланованим результатом навчання навчальної дисципліни. Мінімальний пороговий рівень оцінки варто визначати за допомогою якісних критеріїв і трансформувати його в мінімальну позитивну оцінку використовуваної числової (рейтингової) шкали.

Порядок переведення оцінок у систему ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	ОЦІНКА А ECTS	ОЦІНКА ЗА НАЦІОНАЛЬНОЮ ШКАЛОЮ	
		для диференційованого заліку, екзамену, курсової роботи (проекту), практики	для недиференційованого заліку
90-100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
75-81	C		
64-74	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

17. Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

Для денної форми здобуття освіти

Поточний контроль та самостійна робота								Підсумковий контроль	Сума	
Змістовий модуль 1				Змістовий модуль 2						Самостійна робота
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8			
3	4	4	4	4	3	4	4	10	40	100
Модульний контроль 1 - 10				Модульний контроль 2 - 10						

Для заочної форми здобуття освіти

Поточний контроль та самостійна робота		Підсумковий контроль	Сума
Контрольна робота	Самостійна робота		
50	10	40	100

18. Методичне забезпечення

Методичне забезпечення дисципліни «*Інформаційні системи в маркетингу*» узагальнено в комплексі навчально-методичного забезпечення, який включає:

- силабус;
- робочу програму навчальної дисципліни;
- методичні вказівки до вивчення дисципліни;
- опорний конспект лекцій;
- варіанти завдань для самостійної та індивідуальної роботи студентів;
- варіанти завдань для модульного контролю;
- варіанти завдань для підсумкового контролю;
- інші матеріали.

19. Інформаційно-методичне забезпечення.

Основна

1. Антоненко В.М. Сучасні інформаційні системи і технології: управління знаннями: навч. посібник / В.М. Антоненко, С.Д. Мамченко, Ю.В. Рогушина. – Ірпінь : Нац. університет ДПС України, 2016. – 212 с.
2. Інформаційні системи. Навч. посібн. /за наук. ред. Н. В. Морзе; Морзе Н.В., Піх О.З. – Івано-Франківськ, «ЛілеяНВ», – 2015. – 384 с.
3. Ковтунець В.В., Нестеренко О.В., Савенков О.І. Безпека систем підтримки прийняття рішень / Навч. посіб. К: Національна академія управління, 2016. 190 с.
4. Нестеренко О.В. Інформаційні системи управління підприємствами / Навч. посіб. Київ: Укр НЦ РІТ, 2019. 135 с.
5. Нестеренко О.В., Савенков О.І., Фаловський О.О. Інтелектуальні системи підтримки прийняття рішень / Навч. посіб. За ред. Бідюка П.І. К: Національна академія управління, 2016. 188 с.
6. Нестеренко О.В., Фаловський О.О., Ковтунець О.В. Інтелектуальні системи і технології. Ввідний курс / Навч. посіб. – К: Національна академія управління, 2017. 90 с.
7. Павлиш В. А. Основи інформаційних технологій і систем : підручник / В.А. Павлиш, Л. К. Гліненко, Н. Б. Шаховська; Нац. ун-т «Львів. Політехніка». Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2018. 619 с.
8. Павлиш В. А., Гліненко Л. К. Основи інформаційних технологій і систем: Навчальний посібник / Павлиш В. А., Гліненко Л. К. - Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2013. – 500 с.
9. Сучасні інформаційно-комунікаційні технології / Г.Г. Швачич, В.В Толстой., Л.М Петречук та ін. Навчальний посібник. Дніпро: НМетАУ, 2017. 230 с.

Допоміжна

1. Анісімов А.В. Інформаційні системи та бази даних: Навчальний посібник для студентів факультету комп'ютерних наук та кібернетики. / Анісімов А.В., Кулябко П.П. – Київ. – 2017. – 110 с.
2. Василів В.Б. Інформаційні системи менеджменту персоналу: Навчальний посібник. - Рівне: НУВГП, 2014. - 148 с. [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://ep3.nuwm.edu.ua>
3. Гомонай-Стрижко М.В. Інформаційні системи та технології на підприємстві.: Конспект лекцій. – Львів: НЛТУ, 2014. – 200 с. [Електрон. ресурс]. / Гомонай-Стрижко М.В., Якімцов В.В. – http://ep.nltu.edu.ua/images/Kafedra_EP/Kafedra_EP_PDFs/kl_isitp.pdf

4. Грицунов О. В. Інформаційні системи та технології [Електронний ресурс] / О. В. Грицунов. – Режим доступу : http://eprints.kname.edu.ua/20889/1/Gritsunov_2.pdf. – Назва з титул. екрану.
5. Інформаційні системи в економіці : навч. посібник / Пономаренко В. С., Золотарьова І. О., Бутова Р. К. та ін. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2011. – 176 с.
6. Інформаційні системи в сучасному бізнесі : навчальний посібник / В. С. Пономаренко, І. О. Золотарьова, Р. К. Бутова та ін. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2011. – 484 с.
7. Карпенко М. Ю. Конспект лекцій з курсу «Інформаційні системи і технології в управлінні організацією. Частина 1» / М. Ю. Карпенко, В. Б. Уфимцева; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва; – Х.: ХНАМГ, 2012. – 96 с.
8. Клімушин П. С. Інформаційні системи та технології в економіці : навч. посіб. / П. С. Клімушин, О. В. Орлов, А. О. Серенок. — Х. : Вид-во ХарПІ НАДУ «Магістр», 2011. – 448 с.
9. Морзе Н. В. Інформаційні системи. Навч. посібн. / за наук. ред. Н. В. Морзе; Морзе Н. В., Піх О. З. – Івано-Франківськ, «ЛілеяНВ», – 2015. – 384 с.
10. Павлиш В. А. Основи інформаційних технологій і систем: Навчальний посібник. / Павлиш В. А., Гліненко Л. К. - Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2013. – 500 с.
11. Поморцева О. Є. Лабораторний практикум з навчальної дисципліни "Комп'ютерні засоби в економіці та підприємстві": навчально-практичний посібник / О. Є. Поморцева ; Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Х. : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2013. – 127 с.
12. Про доступ до публічної інформації [Електронний ресурс] : Закон України [від 13.01.2011 р. № 2939-VI]. – Режим доступу : http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?showHidden=1&art_id=244273463&cat_id=244268916. – Назва з титул. екрану.
13. Про інформацію [Електронний ресурс] : Закон України [від 13.01.2011 р. № 2938-17]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>. – Назва з титул. екрану.
14. Сікірда Ю. В. Інформаційні системи і технології в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю : конспект лекцій / Ю. В. Сікірда, А. В. Залевський. – Кіровоград : Видавництво КЛА НАУ, 2013. – 177 с.
15. Шило С. Г. Інформаційні системи та технології : навчальний посібник / С. Г. Шило, Г. В. Щербак, К. В. Огурцова. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2013. – 220 с.

20. Інформаційні ресурси

- 1.1. Бібліотека науково-технічної літератури [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.n-t.org>.
2. Згуровський Михайло. Інформаційні мережеві технології в науці та освіті_Дзеркало тижня on the web. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zn.kiev.ua/ie/index/488/>.
3. Мультипортал «Кирило і Мефодій» (мультимедійна енциклопедія «Кирило і Мефодій») [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.km.ru>.
4. Освіта в Україні і за кордоном [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ednu.kiev.ua>.
5. Сайт Міністерства освіти і науки [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.mon.gov.ua>.
6. <http://www.Liga.kiev.ua> - Бізнес портал компанії "Ліга".
2. <http://www.e-commerce.com.ua>
3. [http://www. Webmoney.ru](http://www.Webmoney.ru) 10. <http://www.rada.gov.ua>
4. Иллюстрированный самоучитель по Microsoft Project: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.taurion.ru/project>
5. Начало работы с Power BI Desktop [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <https://docs.microsoft.com/ru-ru/power-bi/desktop-getting-started-13>
6. Microsoft Power BI Desktop [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <https://www.microsoft.com/uk-UA/download/details.aspx?id=45331>
7. Топ 10 лучших CRM систем для Украины [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.livebusiness.com.ua/tools/crm>