

Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка

Фізико-математичний факультет

Кафедра інформатики



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

Спеціальність - 075 «Маркетинг»

Галузь знань – 07 Управління та адміністрування

Мова навчання українська

Погоджено науково-методичною  
комісією

фізико-математичного факультету

« 31 » серпня 2023 р.

Голова Одінцова О.О., к. ф-м. н. доц.

Суми – 202\_\_

Розробники:

**Острога Марія Михайлівна** – доктор філософії (Професійна освіта. Цифрові технології), старший викладач кафедри інформатики

Робоча програма розглянута і схвалена на засіданні кафедри інформатики  
Протокол № 1 від «29» серпня 2023 р.

Завідувач кафедри

Дегтярьова Н.В., к. пед. наук, доц.



## Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3	Бакалавр	Обов'язкова	
		Рік підготовки	
1			
Семестр			
1			
Лекції			
10		2	
Практичні, семінарські			
-			
Лабораторні			
26		6	
Самостійна робота			
52		80	
Консультації			
2		2	
Загальна кількість годин – 90	Вид контролю:		
	залік		

### 1. Мета вивчення навчальної дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни є розвиток професійної компетентності майбутніх бакалаврів з маркетингу через поглиблення теоретичної бази знань з інформаційних технологій та практичних навичок їх використання в освітній, науково-дослідній та майбутній професійній діяльності.

Навчальна дисципліна входить до переліку обов'язкових компонентів освітньо-професійної програми (цикл загальної підготовки).

### 2. Передумови для вивчення дисципліни

Опанування дисциплінами та їх окремими розділами:

- шкільний курс інформатики

### 3. Результати навчання за дисципліною

- ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
- ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
- ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
- ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
- ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК10. Здатність спілкуватися державною та іноземною мовами.

ЗК11. Здатність працювати в команді.

СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.

СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

РН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

РН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

РН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

РН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

РН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

#### 4. Критерії оцінювання результатів навчання

Шкала ECTS	Критерії оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти
A	Оцінки « <b>відмінно</b> » заслуговує відповідь здобувача вищої освіти, яка виявляє бездоганні знання матеріалу, повноту аргументації; при цьому також враховується активність здобувача вищої освіти на семінарських заняттях, виконання передбаченого програмою обсягу самостійної роботи. Відповіді на теоретичні питання, розв'язання практичних завдань, висловлення власної думки стосовно дискусійних питань ґрунтуються на глибокому знанні чинного законодавства, теорії та практики інноваційно-інвестиційних процесів.
B	Оцінки « <b>дуже добре</b> » заслуговує відповідь здобувача вищої освіти, який недостатньо повно та ґрунтовно засвоїв окремі питання робочої програми. Здобувач вищої освіти вміє самостійно викласти зміст основних питань програми навчальної дисципліни, виконав завдання кожної теми та поточного контролю в цілому. Відповіді на питання,

	розв'язання практичних завдань, висловлення власної думки стосовно дискусійних питань переважно ґрунтуються на знанні чинного законодавства, теорії та практики інноваційно-інвестиційних процесів.
<b>C</b>	Оцінки « <b>добре</b> » заслуговує відповідь здобувача вищої освіти, який недостатньо повно та ґрунтовно засвоїв деякі теми робочої програми, не вміє самостійно викласти зміст деяких питань програми навчальної дисципліни. Окремі завдання кожної теми та поточного контролю в цілому виконав не повністю.
<b>D</b>	Оцінки « <b>задовільно</b> » заслуговує відповідь здобувача вищої освіти, який засвоїв лише окремі теми робочої програми. Не вміє вільно самостійно викласти зміст основних питань навчальної дисципліни, окремі завдання кожної теми поточного контролю не виконав.
<b>E</b>	Оцінки « <b>задовільно</b> » заслуговує відповідь здобувача вищої освіти, який засвоїв лише окремі питання навчальної програми. Не вміє достатньо самостійно викласти зміст більшості питань програми навчальної дисципліни. Виконав лише окремі завдання кожної теми поточного контролю.
<b>FX</b>	Оцінки « <b>незадовільно</b> » заслуговує відповідь, в якій допущені грубі помилки, незнання навчального матеріалу в межах програми навчального курсу; в розкритті змісту категорій здобувач допускає неправильні відповіді або зовсім не відповідає на питання; при цьому також враховується його активність на практичних заняттях, виконання передбаченого програмою обсягу самостійної роботи.
<b>F</b>	Оцінки « <b>незадовільно</b> » заслуговує відповідь здобувача вищої освіти, який мало усвідомлює мету навчально-пізнавальної діяльності, робить спробу знайти способи дій, розповісти суть заданого, проте відповідає лише за допомогою викладача на рівні «так» чи «ні», може самостійно знайти в підручнику відповідь. не засвоїв більшості тем навчальної програми не вміє викласти зміст більшості основних питань навчальної дисципліни. Не виконав більшості завдань кожної теми поточного контролю в цілому.

#### Розподіл балів

Поточний контроль						ІНДЗ	Сума
T1.2-T1.3	С.Р.	T.2.1	T.2.2	T.2.3	С.Р.	30	100
15	20	5	5	5	20		

Результати навчання, здобуті у неформальній та / або інформальній освіті визначаються в системі формальної освіти у процесі опанування навчальної дисципліни в порядку визначеному Положенням про порядок визнання результатів навчання у неформальній та / або інформальній освіті в СумДПУ імені А.С.Макаренка.

### Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
		для екзамену, заліку, курсового проекту (роботи), практики
90 – 100	<b>A</b>	<b>відмінно</b>
82-89	<b>B</b>	<b>добре</b>
74-81	<b>C</b>	
64-73	<b>D</b>	<b>задовільно</b>
60-63	<b>E</b>	
35-59	<b>FX</b>	<b>незадовільно з можливістю повторного складання</b>
1-34	<b>F</b>	<b>незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни</b>

### 5. Засоби діагностики результатів навчання

Система оцінювання є адитивною і передбачає накопичення балів за різними видами робіт: виконання лабораторних робіт та їхній захист, два види самостійної роботи, одна індивідуальна робота.

### 6. Програма навчальної дисципліни

#### 6.1. Інформаційний зміст навчальної дисципліни

#### Розділ 1. Сучасні ІТ для освітньої та маркетингової діяльності

Тема 1.1. **Сучасні інформаційні ресурси.** Поняття ІТ, ЕОР. Запити. Інформаційні ресурси освітнього спрямування. Безпека в мережі. Засоби синхронної взаємодії (відеоконференція), асинхронної взаємодії, онлайн режим (вебінари, електронні навчальні матеріали). Пошук в мережі. Пошукові системи мережі Інтернет. Огляд популярних пошукових сервісів. Пошукова служба Google. Штучний інтелект.

Тема 1.2. **Презентації в маркетингу.** Поняття презентації та її правильне оформлення. Види та стилі презентацій. Оформлення презентацій з врахуванням цільової аудиторії. Базові налаштування та інструменти програми. Робота з текстом. Робота з таблицями. Робота з діаграмами. Робота зі Смарт-об'єктами . Гіперпосилання.

Тема 1.3. **Обробка та аналіз даних в Excel.** Типи та формати даних. Створення типових документів в табличному процесорі. Умовне форматування та захист даних. Контроль за введенням даних. Обчислення за формулами, пошук помилок у формулах. Побудова діаграм.

#### Розділ 2. Основи СММ

Тема 2.1. **Соціальні мережі.** Поняття соціальної мережі. Теорія шести рукошляків. Теорія п'яти кліків. Види та класифікація соціальних мереж. Функціонал соціальних мереж. Користувачі соціальних мереж. Цікаві факти про соціальні мережі. Небезпеки соціальних мереж. Безпека у соціальних мережах. Активність користувачів у соціальних мережах. П'ять основних видів контенту для соціальних мереж. Десять ідей для постів в соціальних мережах, здатних активізувати користувачів. Механіки конкурсів і акцій в соціальних мережах. Хештеги як спосіб активізації користувачів соціальних медіа. Правила мережного етикету.

Тема 2.2. **Соціальні мережі як бізнес-майданчик.** Інтереси бізнесу і можливості в соціальних мережах. Використання соціальних мереж для пошуку роботи. Профіль у соціальній мережі як резюме. Основні способи заробітку у соціальних мережах. Причини невдач у роботі із соціальними мережами. Як вибрати платформу. Позитивні результати, яких можна досягнути за рахунок просування в соціальних мережах. Зарубіжний досвід використання соціальних мереж у власному бізнесі. Ефективні способи розкручування бізнесу у соціальних мережах. Кроспостинг. Таргетинг. Особливості запуску таргетингової реклами. Ретаргетинг. Причини неефективності таргетингової реклами. Правильне просування бізнесу в соціальних мережах. Сучасні тренди просування у соціальних мережах. Незвичайний бізнес у соціальних мережах

Тема 2.3. **SMM-фахівець.** SMM-стратегія. Контент-план. Курування контенту. Типи і способи курування контенту. Правила успішного курування контенту. Інструменти підбору контенту. Методи SMM просування. Аутсорсинг SMM. Бюджет на SMM-кампанію. Вартість SMM-розкрутки. Як самому навчитися SMM. Інструменти просування в соціальних мережах. Тренди в SMM. Основні метрики і KPI в інтернет-маркетингу. Метрики Facebook. Ключові метрики Instagram. Сервіси відслідковування активності у соціальних мережах. Статистика сторінок Facebook. Аналітика Instagram-акаунта

## 6.2. Структура та обсяг навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	Денна форма						Заочна форма					
	Усього	у тому числі					Усього	у тому числі				
		Лекції	Практ.	Лабор.	Конс.	Самост.р		Лекції	Практ.	Лабор.	Конс.	Самост.р
<b>Розділ 1. Сучасні ІТ в галузях освіти та економіки. Пакет офісних програм</b>												
Тема 1.1. Сучасні інформаційні ресурси	12	2			2	8	15					15
Тема 1.2. Презентації в маркетингу	14			4		10	15					15
Тема 1.3. Обробка та аналіз даних в Excel.	18	2		6		10	17			2		15
<b>Розділ 2. Оформлення текстових робіт та цифровий аналіз даних для підтримки освітньої діяльності</b>												
Тема 2.1. Соціальні мережі	12	2		2		8	15					15
Тема 2.2. Соціальні мережі як бізнес-майданчик	16	2		6		8	12			2		10
Тема 2.3. SMM-фахівець	18	2		8		8	16	2		2	2	10
<b>Усього годин:</b>	90	10		26	2	52	90	2		6	2	80

### 6.3. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
1.	Створення презентацій.	4	
2.	Обробка та аналіз даних в Excel.	4	2
3.	Захист сам.роботи	2	
4.	Створення сильного бізнес-бренду у соціальних мережах	4	
5.	SMM-стратегії та інструменти просування в соціальних мережах соціальних мережах	2	
6.	Ефективність роботи в соціальних мережах	6	4
7.	Захист сам.роботи	4	
8.	Разом	26	6

### 7. Рекомендовані джерела інформації

1. Нужній Є.М., Клименко І.В., Акімов О.О. Інструментальні засоби електронного офісу: навч. посібник. К: Центр навчальної літератури. 2017. 296 с.
2. Швачич Г.Г., Толстой В.В., Петречук Л.М., Іващенко Ю.С., Гуляєва О.А., Соболенко О.В. Сучасні інформаційно-комунікаційні технології: Навчальний посібник. – Дніпро: НМетАУ, 2017. –230 с.
3. Завада О., Прийма С. Глобальна мережа Інтернет. Тексти лекцій – Львів, Видавничий центр економічного факультету ЛНУ імені Івана Франка, 2017. - 64 с. 16
4. Завада О. Інтернет-технології: Текст лекцій. – Львів, Видавничий центр економічного факультету ЛНУ імені Івана Франка, 2019. - 38 с.
5. Гудзь Н.О. Інтернет-дискурс як новий тип комунікації: структура, мовне оформлення, жанрові формати. Сучасні лінгвістичні студії: навчальний посібник. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. С. 61-87.
6. Воронько-Невіднича Т.В., Калюжна Ю.П., Хурдей В.Д. Реклама і рекламна діяльність: навч. посібник. Полтава. РВВ ПДАА. 2018 . 230 с.
7. Каплунов Д. Нейрокопірайтинг; пер. з рос. Р. Трифонов. Харків: Вид-во Фабула, 2018. 352 с.

#### Інтернет-ресурси:

1. ТОП-4 методи ведення бізнесу. <https://arena.ua/2017/07/17/>
2. Ларіна К.В. Просування брендів. Корисний блог в Інстаграмі // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://www.instagram.com/brand\\_focus/](https://www.instagram.com/brand_focus/)
3. Платформи для автоматизації таргетованої реклами. URL:[https://blog.admobispy.com/servisy\\_i\\_instrumenty/platformy\\_dlya\\_avtomatizacii\\_targetirovannoj\\_reklamy](https://blog.admobispy.com/servisy_i_instrumenty/platformy_dlya_avtomatizacii_targetirovannoj_reklamy)
4. Платформи для автоматизації таргетованої реклами: огляд сервісів. URL:<https://spark.ru/startup/admspy/blog/35079/platformi-dlya-avtomatizatsii-targetirovannojreklami-obzor-11-servisov-bonus-ot-hiconversion>
5. Визначення цільової аудиторії. URL:[https://pidruchniki.com/74001/marketing/viznachennya\\_tsilovoyi\\_auditoriyi](https://pidruchniki.com/74001/marketing/viznachennya_tsilovoyi_auditoriyi)
6. Таргетинг та ретаргетинг у рекламі продуктів та послуг в Інтернеті. URL:[http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/9421/1/Таргетинг\\_та\\_ретаргетинг\\_у\\_рекламі\\_продуктів\\_та\\_послуг\\_в\\_Інтернеті.pdf](http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/9421/1/Таргетинг_та_ретаргетинг_у_рекламі_продуктів_та_послуг_в_Інтернеті.pdf)
7. Динамічний таргетинг і ретаргетинг у facebook та instagram: URL:<https://marketing.link/uk/dinamichnij-targeting-i-retargeting-u-fac/>
8. Coursera: онлайн курси. URL: <https://www.coursera.org/>



9. Edx. Free Online Courses From The World's Best Universities. URL: [www.edx.org](http://www.edx.org)

10. Prometheus: платформа масових відкритих онлайн-курсів. URL: <https://prometheus.org.ua/>

**8. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна**

Лабораторні роботи проводяться за наявності персональних комп'ютерів та відповідного програмного забезпечення (актуальні версії пакетів офісних програм, браузерів), а також підключення до мережі Інтернет.