

ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ
Кафедра інформатики та кінезіології

Силабус курсу



Назва курсу	Комп'ютерні інформаційні технології
Освітній ступінь	Магістр
Галузь знань	07 Управління і адміністрування
Спеціальність	073 Менеджмент
Освітньо-кваліфікаційна програма	Менеджмент
Рік підготовки	5
Семестр	I
Компонент освітньої програми	Вибіркова
Дні занять	Понеділок, середа
Консультації	Четвер 13.00-14.00
Мова викладання	Українська

Керівник курсу: доцент Заневська Людмила Георгіївна

Контактні дані: lzanevska@ukr.net

Опис дисципліни

Дисципліна – «Комп'ютерні та інформаційні технології» призначена для засвоєння студентами теоретичних знань та набуття практичних навичок використання сучасних інформаційних технологій в менеджменті.

Вивчення дисципліни дозволяє студентам:

- формувати розуміння ролі комп'ютерних інформаційних систем і технологій маркетингу в діяльності підприємства і підготовки особистості до професійної діяльності, мотиваційно-цінного ставлення до вивчення технологічної сфери;
- ознайомити студентів з найбільш поширеними видами застосовуваних у менеджменті комп'ютерних інформаційних систем і технологій маркетингу, азами застосування спеціалізованих комп'ютерних програм, а також зі специфікою застосування інформаційних технологій в діяльності підприємств сфери туризму;
- сформувати професійні вміння та навички для вирішення завдань застосування комп'ютерних інформаційних систем і технологій маркетингу у менеджменті;
- позитивно впливати на розвиток творчих здібностей студентів, на їх подальшу професійну орієнтацію.

Структура курсу

Теми	Результати навчання. Знати:	Завдання
Комп'ютерні інформаційні системи та технології маркетингу ринку і попиту, послуг, цін на послуги. Тема 1. Сутність та характеристика інформаційних систем та	Об'єктивна необхідність маркетингових досліджень. Сутність інформаційних систем маркетингу, їхня класифікація та види. Структура автоматизованої інформаційної системи. Особливості створення автоматизованих інформаційних систем маркетингу. Методи реалізації інформаційних систем маркетингу. Характеристика	1-4, 8,10 Індивідуальні завдання

технологій маркетингу.	інформаційних систем, прикладних програм для менеджменту, які реалізують складові маркетингу.	
Тема 2. Інформаційна система і технології з дослідження ринку і попиту.	Зміст і структура інформаційної системи з дослідження ринку та попиту. Технології оброблення даних щодо аналізу споживачів та конкурентів. Технології прогнозування попиту надання послуг.	1-4, 5-8 Індивідуальні завдання
Тема 3. Інформаційна система і технології з дослідження послуг.	Зміст і структура інформаційної системи з дослідження послуг. Технологія автоматизації планування обсягів послуг. Технологія аналізу складу та структури послуг.	1-4, 8-10 Індивідуальні завдання
Тема 4. Інформаційна система і технології з розрахунку цін на послуги.	Зміст і структура інформаційної системи з розрахунку цін на послуги. Технології розрахунку еластичності попиту. Технологія розрахунку оптимальних цін. Технологія оцінки вартості та ефективності екскурсійних турів. Технологія диференціації цін на основі сезонного коливання коефіцієнта завантаження номерного фонду готелю.	1-4, 11 Індивідуальні завдання
Комп'ютерні інформаційні системи та технології реалізації послуг, рекламної та маркетингової діяльності. Тема 5. Інформаційна система і технології з реалізації послуг.	Зміст і структура інформаційної системи з реалізації послуг. Технологія прогнозування збільшення обсягів реалізації послуг з урахуванням різних факторів. Технологія прогнозування впливу обсягів закупівлі товарів для номерного фонду на доходи готелю.	1-4, 5, 7, 12 Індивідуальні завдання
Тема 6. Інформаційна система і технології розв'язання задач з рекламної діяльності.	Зміст і структура інформаційної системи розв'язання задач з рекламної діяльності. Технологія автоматизації розрахунку витрат на рекламну компанію підприємства. Технологія прогнозування витрат на рекламу з урахуванням різних факторів.	1-4, 13 Індивідуальні завдання
Тема 7. Інформаційна система і технології з контролю маркетингової діяльності.	Зміст і структура інформаційної системи з контролю маркетингової діяльності. Технологія аналізу маркетингових витрат. Технологія оцінки маркетингової діяльності.	1-4 Індивідуальні завдання

Формування програмних компетентностей

- **розуміти** місце комп'ютерних інформаційних систем і технологій маркетингу у системі діяльності менеджменту на рівні підприємства; сучасний стан і тенденції розвитку інформаційної сфери менеджменту підприємства; основи технічних застосувань різноманітних інформаційних технологій; особливості організаційного та програмного забезпечення діяльності підприємства.
- **вміти** застосовувати свої знання в практиці дослідження: менеджменту послуг; ринку та попиту; розрахунку цін на послуги; реалізації послуг; розв'язання задач рекламної діяльності; контролю за маркетинговою діяльністю.
- **володіти** технічними елементами програмного забезпечення інформацією достатніми для користувача ПК.

Література

Основна:

1. Ананьєв, О. М. Інформаційні системи і технології в комерційній діяльності [Текст] : підручник / О. М. Ананьєв, В. М. Білик, Я. А. Гончарук. — Львів : Новий Світ-2000, 2006. — 584 с.
2. Плескач В.Л. Інформаційні технології та системи / Плескач В.Л., Рогушина Ю.В., Кустова Н.П.: підручник [для студентів економічних спеціальностей]. - К. : КНТЕУ, 2004. - 520 с.
3. Сазонець О. М. Інформаційні системи і технології в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю [текст] : навч. посіб. / О. М. Сазонець. – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 25.

Допоміжна:

4. Інформаційні системи в логістиці : навчальний посібник І Яценко Р. М. , Ніколаєв І. В. - Х. : Вид. ХНЕУ, 2012. - 232 с. (Укр. мов.)
5. Грицунов О. В. Інформаційні системи та технології: навч. посіб. для студентів за напрямом підготовки «Транспортні технології» / О. В. Грицунов; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2010. – 222 с.
6. Інформаційні системи в менеджменті : [навч. посіб.] / С.В. Глівенко, Є.В. Лапін, О.О. Павленко та ін. - Суми : Університетська книга, 2003. - 352 с.
7. Інформаційні системи і технології на підприємстві. Конспект лекцій / Гомонай-Стрижко М. В., Якімцов В.В. – Львів: НЛТУ України, 2014. – 200 с.
8. Інформаційні системи і технології у фінансах : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Олеся Леонтіївна Тоцька. – Луцьк : Східноєвроп. нац.ун-т ім. Лесі Українки, 2014. – 340 с. – (Посібники та підручники СНУ імені Лесі Українки)
9. Інформаційні системи та технології в економіці : навч. посіб. / П. С. Клімушин, О. В. Орлов, А. О. Серенок. – Х. : Вид-во ХарРІ НАДУ «Магістр», 2011. – 448 с.
10. Каранфілов М. С. Інформаційні системи в державному менеджменті: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2005. – 455 с.
11. Лучко М.Р., Адамик О.В. Інформаційні системи і технології в обліку й аудиті: Навчальний посібник. – Тернопіль: ТНЕУ, 2016. – 252 с.
12. Писаревська Т. А., Городній О. В. Інформаційні системи в управлінні персоналом та економіки праці: Навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / За заг. ред. Т. А. Писаревської. – К.: КНЕУ, 2005. – 304 с.
13. Сендзюк М. А. Інформаційні системи в державному управлінні: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2004 – 339 с.
14. Інформаційні технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник / За ред. д.т.н. Сукача. – К.: Видавництво Ліра-К, 2017. – 768 с.
15. Терещенко Л.О. Інформаційні системи і технології в обліку: Навч. посібник/ Л.О.Терещенко, І.І.Матієнко-Зубенко.- К: КНЕУ, 2004. – 187с.
16. Яковлев Ю.П. Контролінг на базі інформаційних технологій : [навчальний посібник] / Ю.П. Яковлев. - К. : Кондор, 2008. - 400 с.

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 модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

- Політика щодо академічної доброчесності: Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування.
- Політика щодо відвідування: Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

Оцінювання

Модульно-рейтингова система оцінки знань передбачає 100 бальну шкалу, тобто 100 балів - це максимальна кількість балів, які студент може отримати за академічну успішність в процесі вивчення предмету за вищевказаний об'єм кредиту.

Поточне тестування та самостійна робота													Сума
Змістовий модуль №1						Змістовий модуль № 2							
T1	T2	T3	T4			T5	T6	T7					100
10	10	15	15			20	20	10					

Оцінка знань студента за семестр враховує оцінки, отримані за всі види проведених занять, за поточне і модульне тестування (наприклад, за виконання практичних, лабораторних занять, і так далі) з урахуванням вагових коефіцієнтів. Опитування (відповідь чи доповнення) – 0-4 бали. Реферат – 0-15 балів.

Шкала оцінювання студентів:

ECTS	Бали	Зміст
A	90-100	відмінно
B	85-89	добре
C	75-84	добре
D	65-74	задовільно
E	60-64	достатньо
FX	35-59	незадовільно з можливістю повторного складання
F	1-34	незадовільно з обов'язковим повторним курсом