

Рівненський державний гуманітарний університет
Факультет документальних технологій, менеджменту, технологій та фізики
Кафедра економіки та управління бізнесом

Назва дисципліни	Інформаційні системи в маркетингу і торгівлі
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	3 кредити / 90 годин
Вид підсумкового контролю	залік
Викладач (і)	Хомич С.В.
Профайл викладача (ів) на сайті кафедри, в соцмережі	https://rshu.edu.ua/121-personalii/1218-khomych-serhii-vasylovych
Е-mail викладача:	sergiy.khomych@rshu.edu.ua
Посилання на освітній контент дисципліни в CMS Moodle (за наявності) або на іншому ресурсі	http://kibernetika.rv.ua/course/view.php?id=74
Мова викладання	українська
Консультації	Очні консультації: на кафедрі згідно з графіком консультацій

Цілі навчальної дисципліни

Мета: формування у майбутніх фахівців спеціальності «Маркетинг» теоретичних знань і практичних навичок щодо автоматизації облікових процесів суб'єктів господарювання будь-якої форми власності та виду діяльності на основі використання сучасних корпоративних інформаційних систем класу ERP та CRM..

Завданнями навчальної дисципліни є: вивчення теоретичних основ щодо організації обліку потоків інформації, що виникають внаслідок здійснення бізнес-діяльності, на основі використання раніше вивчених технологій моделювання бізнес-процесів,

Згідно з вимогами Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг та освітньо-професійної програми «Маркетинг» РДГУ дисципліна забезпечує набуття здобувачами вищої освіти таких загальних та фахових компетентностей.

Загальні компетентності:

ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій

Спеціальні компетентності:

СК 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

СК 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

Очікувані результати навчання:

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

Р 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

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

Р 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

Передумови вивчення дисципліни для формування програмних результатів навчання та компетентностей

Ефективність засвоєння змісту дисципліни «Інформаційні системи в маркетингу і торгівлі» значно підвищиться, якщо здобувач вищої освіти попередньо прослухав дисципліни: «Електронна комерція», «Інформаційні системи та технології».

Перелік тем

Тема 1. Концепція, особливості та різновиди програмного забезпечення класу ERP та CRM.

Тема 2. Основні відомості про систему програм «BAF».

Тема 3. Концепція прикладного рішення «BAS:Управління торгівлею для України».

Тема 4. Загальні принципи роботи з довідниками в «BAS:Управління торгівлею для України».

Тема 5. Організація системи ціноутворення

Тема 6. Складський облік товарно-матеріально цінностей.

Тема 7. Закупка товарно-матеріальних цінностей

Тема 8. Продаж товарів

Тема 9. Управління взаєморозрахунками з контрагентами

Тема 10. Облік затрат торговельної діяльності

Рекомендована література та інформаційні ресурси

Базова

1. Богачева Т.Г. 1С:Предприятие 8. Управление торговыми операциями в вопросах и ответах, 6 издание (+ диск) [Текст] / Т.Г.Богачева – М.: ООО «1С-Публишинг», 2012. – 874 с.
2. Богачева Т.Г. 1С:Предприятие 8. Управление торговыми операциями в вопросах и ответах: практическое пособие (+ диск) [Текст] / Т.Г.Богачева, И.В.Попов – М.: ООО «1С-Публишинг», 2013. – 924 с.
3. Селищев Н.В. 1С: Предприятие 8.2. Управление торговлей [Текст] / Н.В. Селищев. – СПб. «Питер», 2011. — 400 с.: ил.
4. 1С:Предприятие 8. Конфигурация «Управление торговлей». Редакция 11. Описание. – М.: Фирма «1С», 2010. – 763 с.
5. 1С:Бухгалтерия для Украины. Учебная версия. Издание 2. – М.: Фирма «1С», 2011. – 514 с.
6. Гладкий А.А. 1С:Управление торговлей 8.2 с нуля. 100 уроков для начинающих / А. А. Гладкий. – СПб.: БХВ-Петербург, 2011. – 448 с.
7. Гладкий А.А. 1С: Управление торговлей 8.2. Комплексное руководство для начинающих / А. А. Гладкий. – М.: Рид Групп, 2011. – 336 с.
8. Гладкий А.А. 1С: Управление торговлей 8.2. Пошаговый самоучитель / А. А. Гладкий. – М.: Феникс, 2011. – 368 с.
9. Сараева А. 1С: Бухгалтерия 8.2: доступно для бухгалтера / А. Сараева, Л. Власенко. – Х.: Фактор, 2011. – 528 с.
10. Селищев Н. 1С: Управление небольшой фирмой 8.2. Управленческий учет в малом бизнесе / Селищев Н. – СПб.: Питер, 2013. – 368с.

Допоміжна

1. Чистов Д.В. Хозяйственные операции в «1С:Бухгалтерии 8». Задачи, решения, результаты / Д.В. Чистов, С. А. Харитонов. – М.: 1С-Публишинг, 2010. – 472 с.

2. Самарина Е. В. Секреты профессиональной работы с «1С:Бухгалтерией 8» (редакция 2.0). Учет производственных операций / Е. В. Самарина, С. А. Харитонов, Д. В. Чистов. – М.: 1С-Паблишинг, 2010. – 440 с.
3. Филатова В. 1С:Предприятие 8.2. Бухгалтерия предприятия. Управление торговлей. Управление персоналом / В. Филатова. – СПб.: Питер, 2011. – 256 с.
4. 1С:Предприятие 8. Управление торговыми операциями в вопросах и ответах (+ CD-ROM) / Т. Г. Богачева. – М.: 1С-Паблишинг, 2013. – 824 с.

Інформаційні (інтернет) ресурси

1. Освітньо-професійна програма «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти РДГУ. URL: <http://rshu.edu.ua/navchannia/osvitni-prohramy/592-osvitni-prohramy-bakalavr>
2. <http://v8.1c.ru/> – офіційний сайт 8-ої версії 1С.
3. <http://www.1c.ru/ukraina/support/release.jsp> – поточні релізи конфігурацій та звітності 1С для України.
4. <http://infostart.ru/> – Інфостарт.ру – спеціалізований сайт по автоматизації бухгалтерського обліку і управління на 1С.
5. <http://howknow1c.ru/> – професійний портал по 1С.
6. <http://www.spec8.ru/> – професійне програмування в 1С 8.X
7. <http://book1c.ucoz.ru/> – книги по конфігуруванню в 1С.
8. <http://help1c.com/> – хороший форум та довідка по 1С.
9. <http://buhgalter911.com/> – професійний сайт про автоматизацію обліку, в тому числі в системі 1С:Підприємство.
10. Сайт-платформа кафедри економіки та управління бізнесом для дистанційного навчання: www.kibernetika.rv.ua.
11. **Бібліотеки:**
 - РДГУ: web-сайт – <http://library.rshu.edu.ua>, абонемент №1 – м. Рівне, вул. Пластова, 31, тел.22-59-15, абонемент №2 – м. Рівне, вул. Толстого, 3, абонемент №3 – м. Рівне, вул. Пластова, 41;
 - обласна наукова – м. Рівне, майдан Короленка, 6, тел.22-10-63;
 - міська – м. Рівне, вул. Київська, 44, тел. 24-12-47.

Технічне й програмне забезпечення / обладнання

Ноутбук, персональний комп'ютер, мобільний пристрій (телефон, планшет) з підключенням до Інтернет для:

- комунікації та опитувань;
 - виконання домашніх завдань;
 - виконання завдань самостійної роботи;
 - проходження тестування (поточний, модульний, підсумковий контроль).
- Програмне забезпечення – BAF, BAS Управління торгівлею для України

Види та методи навчання і оцінювання

Код компетентності (згідно ОПП)	Назва компетентності	Код програму результату навчання	Назва програмного результату навчання	Методи навчання *	Методи оцінювання результату в навчання* *
ЗК 3.	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.	Р 16.	Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої	МН1 МН2 МН3 МН4	МО2 МО9

			професійної підготовки.	MН5 MН6	
ЗК 6.	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.	Р 16.	Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.	MН1 MН2 MН3 MН4 MН5 MН6	МО2 МО9
ЗК 9.	Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій	Р 7.	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.	MН1 MН2 MН3 MН4 MН5 MН6	МО2 МО9
СК 10.	Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.	Р 7.	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.	MН1 MН2 MН3 MН4 MН5 MН6	МО2 МО9
СК 11.	Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.	Р 9.	Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.	MН1 MН2 MН3 MН4 MН5 MН6	МО2 МО9
		Р 10.	Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефаківцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.	MН1 MН2 MН3 MН4 MН5 MН6	МО2 МО9

* MН1 – словесний метод (лекція, дискусія, співбесіда тощо); MН2 – практичний метод (лабораторні та практичні заняття); MН3 – наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); MН4 – робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, аnotування, рецензування, складання реферату); MН5 – відеометод у поєднанні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); MН6 – самостійна робота (розв'язання програмних завдань); MН7 – індивідуальна науково-дослідна робота студентів.

** МО1 – екзамен; МО2 – усне або письмове опитування; МО3 – колоквіум; МО4 – тестування; МО5 – командні проекти; МО6 – реферати, есе; МО7 – презентації результатів виконаних завдань та досліджень; МО8 – студентські презентації та виступи на наукових заходах; МО9 – захист лабораторних і практичних робіт; МО10 – залік.

**Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти при вивченні дисципліни
«Інформаційні системи в маркетингу і торгівлі»**

Поточне тестування та самостійна робота		Сума
Теми	МКР	

T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	30	100
10	10	10	10	10	10	10		

Система та критерії оцінювання у Рівненському державному гуманітарному університеті

Еквівалент оцінки в балах для кожної окремої теми / виду діяльності може бути різний, загальну суму балів за тему визначено в розподілі балів, які отримують здобувачі вищої освіти при вивченні дисципліни.

Результат освітньої діяльності здобувача вищої освіти оцінюється згідно Положення про оцінювання знань і умінь здобувачів вищої освіти РДГУ за такими рівнями та критеріями:

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка в ЄКТС	Значення оцінки ЄКТС	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка за національною шкалою	
					екзамен	залік
90–100	A	відмінно	здобувач вищої освіти (ВО) виявляє особливі творчі здібності, вміє самостійно здобувати знання, без допомоги викладача знаходить і опрацьовує необхідну інформацію, вміє використовувати набуті знання і вміння для прийняття рішень у нестандартних ситуаціях, переконливо аргументує відповіді, самостійно розкриває власні здібності	Високий (творчий)	відмінно	зараховано
82–89	B	дуже добре	здобувач ВО вільно володіє теоретичним матеріалом, застосовує його на практиці, вільно розв'язує справи і задачі у стандартних ситуаціях, самостійно виправляє допущені помилки, кількість яких незначна	Достатній (конструктивно-варіативний)		
74–81	C	добре	здобувач ВО вміє зіставляти, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача, загалом самостійно застосовувати її на практиці; контролювати власну діяльність; виправляти помилки, з-поміж яких є суттєві, добирати аргументи для підтвердження думок			
64–73	D	задовільно	здобувач ВО відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, за допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, виправляти помилки, з-поміж яких є значна кількість суттєвих	Середній (репродуктивний)		

60–63	E	достатньо	здобувач ВО володіє навчальним матеріалом на рівні, вищому за початковий, значну частину його відтворює на репродуктивному рівні	Середній (репродуктивний)		
35–59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання семестрового контролю	здобувач ВО володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу	Низький (рецептивно-продуктивний)	незадовільно	не зараховано
0–34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	здобувач ВО володіє матеріалом на рівні елементарного розпізнання і відтворення окремих фактів, елементів, об'єктів	Низький (рецептивно-продуктивний)	незадовільно	не зараховано

Підсумкова (загальна) оцінка з навчальної дисципліни є сумою рейтингових оцінок (балів), одержаних за окремі оцінювані форми навчальної діяльності: поточне та підсумкове оцінювання рівня засвоєння теоретичного матеріалу під час аудиторних занять та самостійної роботи (модульний контроль); оцінка (бали) за практичну діяльність; оцінка за ІНДЗ; оцінка (бали) за участь у наукових конференціях, олімпіадах, підготовку наукових публікацій тощо.

Залік виставляється за результатами поточного та модульного контролю, проводиться по завершенню вивчення навчальної дисципліни.

Політика дисципліни

При організації освітнього процесу здобувачі вищої освіти, викладачі, методисти та адміністрація діють відповідно до: Положення про організацію освітнього процесу у РДГУ, Положення про академічну доброчесність, Положення про оцінювання знань і умінь здобувачів вищої освіти, Положення про практики, Положення про внутрішнє забезпечення якості освіти. Кожен викладач ставить здобувачам вищої освіти систему вимог та правил поведінки здобувачів вищої освіти на заняттях, доводить до їх відома методичні рекомендації щодо виконання різних видів робіт. При цьому враховуються присутність на заняттях та активність під час лабораторних занять; (не)допустимість пропусків та запізень на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття; несвоєчасне виконання поставленого завдання тощо.

Політика доброчесності

Здобувач вищої освіти виконуючи самостійну або індивідуальну роботу повинен дотримуватись політики доброчесності. У разі наявності плагіату в будь-яких видах робіт здобувача вищої освіти він отримує незадовільну оцінку і повинен повторно виконати завдання, які передбачені у силабусі.