

Опис навчальної дисципліни вільного вибору

Дисципліна	Вибіркова дисципліна «Інформаційний менеджмент і маркетинг»
Рівень ВО	перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії» /«Міжнародна інформація та суспільні комунікації»
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	3-4 курс, 5-7 семестри
Семестровий контроль	Залік (5 семестр), іспит (7 семестр).
Обсяг годин (всього: з них лекції/практичні)	420 год. / 14 кредитів ECTS (лекції – 60 год., практичні – 86 год.)
Мова викладання	українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Міжнародних комунікацій та політичного аналізу
Автор дисципліни	К. геогр. н., доцент Федонюк Сергій Валентинович
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології. Мати навички самостійного визначення освітніх цілей та навчання, пошуку необхідних для їх досягнення освітніх ресурсів.
Що буде вивчатися	Теорія та практика реалізації функцій інформаційного менеджменту та маркетингу (ІММ) із застосуванням інформаційних систем менеджменту, зокрема за допомогою сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, з використанням електронних засобів, хмарних систем, застосування Internet-технологій. Вивчаються різні аспекти методології ІММ з метою створення стратегічних конкурентних переваг для організації, вивчення основних принципів організації та забезпечення функціонування ІММ. Технічні, алгоритмічні, програмні й технологічні рішення, що використовуються у цій області.
Чому це цікаво/треба вивчати	Отримані компетентності дають змогу створення стратегічних конкурентних переваг для організації.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Використовувати сучасні цифрові технології, спеціалізовані програмне забезпечення, бази даних та інформаційні системи для розв'язання складних спеціалізованих задач управління, зокрема у сфері міжнародних відносин, суспільних комунікацій та/або регіональних студій. Використовувати інструменти ІММ, виконувати організаційну

	<p>роботу щодо реалізації потенціалу створення, передавання, збирання, інтеграції та експлуатації знань як активів для створення конкурентоспроможних продуктів і послуг.</p> <p>Мати навички використання інформаційних технологій менеджменту, використання інструментів інженерії знань, створення ІММ-проектів та їх реалізації.</p>
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	<p>Розуміння суті ІММ, його предметної області й методів.</p> <p>Знання термінів, понять та суті, основних проблем, технологій ІММ, основних моделей ІММ, інструментів ІММ, основ методологій побудови й функціонування інформаційних систем менеджменту.</p> <p>Здатність до здійснення комунікації та інформаційно-аналітичної діяльності у сфері міжнародних відносин.</p> <p>Уміння методичного та прикладного характеру, необхідні у сучасному інформаційному суспільстві; вироблення практичних навичок аналітичного та експериментального дослідження основних методів і засобів, що застосовуються в області ІММ.</p>
Інформаційне забезпечення	<ol style="list-style-type: none"> 1. Федонюк С. В. Технології менеджменту знань і відкрите співробітництво: навч. посіб. / С. В. Федонюк. – Луцьк : Вежа-друк, 2017. – 124 с. https://bit.ly/3cgUpjS 2. Навчання з Microsoft 365. https://support.microsoft.com/uk-ua/training 3. International Journal of Information Management (open access) https://www.sciencedirect.com/journal/international-journal-of-information-management 4. Leonow, A. I., Koniagina, M. N., Petrova, S. V., Grunt, E. V., Kerimkhulle, S. Y., & Shubaeva, V. G. (2019). Application of information technologies in marketing: experience of developing countries. <i>Revista Espacios</i>, 40(38). 5. Nabieva, N. M. (2021). DIGITAL MARKETING: CURRENT TRENDS IN DEVELOPMENT. <i>Theoretical & Applied Science</i>, (2), 333-340. 6. Veleva, S. S., & Tsvetanova, A. I. (2020, September). Characteristics of the digital marketing advantages and disadvantages. In <i>IOP Conference Series: Materials Science and Engineering</i> (Vol. 940, No. 1, p. 012065). IOP Publishing. 7. Wang, D. (2021, November). Implementation of Online Marketing Information Mining System for Small and Medium-sized Enterprises: Data Flow Perspectives. In <i>2021 Fifth International Conference on I-SMAC (IoT in Social, Mobile, Analytics and Cloud)(I-SMAC)</i> (pp. 748-751). IEEE.. 8. Інформаційно-комунікаційні технології в бізнесі [Електронний ресурс]: навч. посіб.: конспект лекцій для студентів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 073 «Менеджмент». Уклад. Чупріна М.О. Електронні текстові дані (1 файл: 663 Кбайт). Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 116 с. 9. Паршина О. А., Косарев В. М., Паршин Ю. І. Інформаційні системи і технології в менеджменті: навч. посіб. Дніпропетровськ: ДУ ім. А. Нобеля, 2012, 312 с 10. Лізунов П. П., Івлєва Н. П., Васильєва Г.А. Інформаційні системи в менеджменті: навч. посіб./ П. П. Лізунов, Н. П. Івлєва, Г. А. Васильєва. К.: КНУБА, 2010. 128 с.