

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ
В МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ
(назва навчальної дисципліни)

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
до проведення поточного контролю
з навчальної дисципліни
підготовки докторів філософії
зі спеціальності 075. «Маркетинг»
(шифр і назва спеціальності)

2016 рік

РОЗРОБЛЕНО ТА ВНЕСЕНО:

кафедрою економіки і маркетингу, протокол засідання кафедри №16 від 20.04.2016р.

1. ЗАГАЛЬНІ ВІДОМОСТІ

Поточний контроль успішності навчання здобувачів з дисципліни «Сучасні інформаційні технології в маркетингових дослідженнях» та рівня сформованості у них компетентностей, які підтримуються даною навчальною дисципліною, здійснюється у таких формах:

- *активна участь у навчальній діяльності на лекції, ведення конспекту, експрес-опитування;*
- *поточні контрольні роботи за матеріалами змістових модулів;*
- *презентація результатів виконання практичних завдань;*
- *виконання завдань для самостійної роботи;*
- *колоквіум*

Поточний контроль успішності навчання у формі *контрольних робіт* здійснюється наприкінці кожного змістового модуля *на практичному занятті письмово*. Типовий приклад *поточної контрольної роботи* наведено у розділі «Завдання для поточного контролю успішності навчання».

Поточний контроль успішності навчання у формі *колоквіуму* здійснюється наприкінці кожного змістового модуля *на лекційному занятті письмово*. Типовий приклад *колоквіуму* наведено у розділі «Завдання для поточного контролю успішності навчання».

Зазначені форми і засоби поточного контролю успішності навчання здобувачів з навчальної дисципліни «Сучасні інформаційні технології в маркетингових дослідженнях» спрямовані на стимулювання систематичної поточної навчальної та самостійної роботи тих, хто навчається, підвищення об'єктивності оцінювання їхніх знань, запровадження здорової конкуренції між здобувачами у навчанні, виявлення і розвитку їхніх творчих і дослідницьких здібностей.

Мінімально можлива кількість балів за поточний контроль упродовж семестру – *60*.

Результати всіх форм поточного контролю є невід'ємними складовими **критеріїв підсумкового оцінювання знань здобувачів**, наведених у відповідному розділі навчально-методичного забезпечення дисципліни «Сучасні інформаційні технології в маркетингових дослідженнях».

2. ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПОТОЧНОГО КОНТРОЛЮ УСПІШНОСТІ НАВЧАННЯ

2.1. Типові приклади завдань для поточного контролю за формами.

2.1.1 Типовий приклад запитань для *експрес-опитування за темою лекційного заняття* «Інформаційна технологія розв'язання задач із маркетингових досліджень товару»): сутність товару та його властивості; сутність

життєвого циклу товарів; методи розрахунку конкурентоспроможності товару.

2.1.2. Типовий приклад контрольної роботи за змістовим модулем 1. *Теоретичні основи використання сучасних інформаційних технологій у маркетингових дослідженнях*

Завдання 1. Дайте визначення наступних термінів:

- 1) Інформація
- 2) Дані
- 3) Маркетингова інформація
- 4) Проект маркетингових досліджень
- 5) Інформаційна система маркетингових досліджень
- 6) Система підтримки рішень

Завдання 2. У чому складається розходження між маркетинговою інформаційною системою й системою підтримки рішень?

2.1.2. Типовий приклад колоквиуму за змістовим модулем 1. *Теоретичні основи використання сучасних інформаційних технологій у маркетингових дослідженнях*

Завдання 1 (5 балів)

Сформулюйте властивості маркетингової інформації

Завдання 2 (5 балів). Підприємство має можливість реалізовувати свої товари на трьох різних сегментах ринку (альтернативи). Перед керівництвом ставляться одночасно наступні цілі: мінімізація витрат на рекламу, завоювання максимальної долі ринку та максимальний обсяг продаж протягом планованого періоду. Оцінки витрат на рекламу, обсяг продаж, частки ринку та прибутку залежно від вибору сегмента представлені у табл. 2.1. Необхідно знайти найбільш вигідний сегмент у відповідності із методами рівномірної оптимальності, справедливого компромісу, згортки критеріїв та ідеальної точки.

Таблиця 2.1

Оцінки реалізації продукції підприємства на сегментах ринку

Альтернативи	Цілі (критерії)
--------------	-----------------

(сегменти ринку)	Витрати на рекламу, грош.од.	Доля ринку, %	Обсяг продаж, од.	Прибуток, грош. од.
1 сегмент	8	45	92	182
2 сегмент	11	40	87	172
3 сегмент	7	50	82	167

Завдання 3 (5 балів). Є відомості про реалізацію товарів однієї групи за кілька періодів (табл. 2.2). На основі цих даних визначити фазу життєвого циклу кожного товару за графіком виторгу та за методом Polli-Cook і зробити висновки про подальшу маркетингову стратегію.

Таблиця 2.2

Обсяги реалізації товарів однієї групи, грош.од.

Товар	Виторг у році t	Виторг у році t+1	Виторг у році t+2	Виторг у році t+3	Виторг у році t+4	Виторг у році t+5
Товар 1	60	80	75	67	64	65
Товар 2	41	54	54	60	67	63
Товар 3	28	33	21	12	9	11
Товар 4	47	44	60	71	71	73
Товар 5	18	24	27	39	54	56
Товар 6	51	67	65	54	48	49

3. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ УСПІШНОСТІ НАВЧАННЯ ПІД ЧАС ПРОВЕДЕННЯ ПОТОЧНОГО КОНТРОЛЮ

Система оцінювання успішності навчання здобувача та рівня сформованості у нього компетентностей, які підтримуються навчальною дисципліною «Сучасні інформаційні технології в маркетингових дослідженнях» (Програма навчальної дисципліни «Сучасні інформаційні технології в маркетингових дослідженнях») враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають *лекційні, лабораторні заняття, а також виконання самостійної роботи.*

При розрахунку підсумкової оцінки успішності здобувача з навчальної дисципліни «Сучасні інформаційні технології в маркетингових дослідженнях» слід вважати, що кожна форма поточного контролю має різну питому вагу у формуванні його компетентностей, які забезпечуються навчальною дисципліною.

З урахуванням вагомості кожної форми поточного контролю успішність навчання здобувача з навчальної дисципліни у підсумку оцінюється у відповідних балах (табл. 3.1) за формулою:

$$R = A + B + C + D,$$

Максимальна кількість балів	5	7	6	15	5	7	6	15	66
-----------------------------	---	---	---	----	---	---	---	----	----

Оцінки за цією шкалою заносяться до відомостей обліку успішності та іншої академічної документації.

Семестровий контроль проводиться у формі заліку – підсумкова кількість балів з навчальної дисципліни (максимум 100 балів, мінімум – 60), визначається як сума (проста) балів за результати успішності здобувача при поточному контролі, включаючи самостійну роботу.

4. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

4.1. Основна

1. Балдин К. В. Информационные системы в экономике / К. В. Балдин. – М. : ИТК "Дашков и К°", 2009. – 394 с.
2. Граничин О. Н. Информационные технологии в управлении : учеб. пособ. / О. Н. Граничин, В. И. Кияев. – М. : Интернет-Университет Информационных Технологий ; БИНОМ. Лаборатория знаний, 2008. – 336 с.
3. Информационные технологии в маркетинге : учебник для вузов / Г. А. Титоренко, Г. Л. Макарова, Д. М. Дайитбегов и др. ; [под ред. проф. Г. А. Титоренко. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 335 с.
4. Інформаційні системи в економіці / за ред. В. С. Пономаренко. – К. : Академія, 2002. – 542 с.
5. Косенков С. І. Маркетингові дослідження : [навч. посіб.] / С. І. Косенков. – К. : Скарби, 2004. – 464 с.
6. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Ж.-Ж. Ламбен ; [пер. с англ. и ред. В. Б. Колчанов]. – СПб. : Питер, 2005. – 800 с.
7. Макаренко Т. І. Моделювання та прогнозування у маркетингу : навч. посіб. / Т. І. Макаренко. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 160 с.
8. Маркетинг : навч. посіб. / П. А. Орлов, С. І. Косенков, Т. П. Прохорова та ін. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2012. – 528 с.
9. Моторин Р. М. Статистика. Збірник індивідуальних завдань з використанням Excel : навч.-метод. посіб. для самостійного вивчення / Р. М. Моторин, Е. В. Чекотовский. – К. : КНЕУ, 2005. – 268 с.

10. Пінчук Н. С. Інформаційні системи і технології в маркетингу : навч. посіб. / Н. С. Пінчук, Г. П. Галузинський, Н. С. Орленко. – К. : КНЕУ, 1999. – 328 с.

11. Прохорова Т. П. Маркетингова цінова політика : навч. посібн. / Т. П. Прохорова, О. В. Гронь. – Х. : ХНЕУ, 2006. – 162 с.

12. Успенский И. В. Интернет-маркетинг : учебник / И. В. Успенский. – СПб. : Изд-во СПГУЭиФ, 2003. – 236 с.

4.2. Додаткова

13. Гаспарян М. С. Информационные системы : учеб. пособ. / М. С. Гаспарян. – М. : МЭСИ, 2002. – 33 с.

14. Годин В. В. Управление информационными ресурсами / В. В. Годин, И. К. Корнеев. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 352 с.

15. Грабауров В. А. Информационные технологии для менеджеров / В. А. Грабауров. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 368 с.

16. Гужва В. М. Інформаційні системи і технології на підприємствах : навч. посібн. / В. М. Гужва. – К. : КНЕУ, 2001. – 400 с.

17. Гужва В. М. Інформаційні системи в міжнародному бізнесі : навч. посібн. / В. М. Гужва, А. Г. Постєвой. – К. : КНЕУ, 1999. – 164 с.

18. Гультьев А. К. MS Project 2002. Управление проектами. Русифицированная версия: самоучитель / А. К. Гультьев – СПб. : КОРОНА принт, 2003. – 592 с.

19. Деордица Ю. С. Компьютерные технологии в маркетинге / Ю. С. Деордица, В. Т. Савченко. – Луганск : ВУГУ, 1998. – 238 с.

20. ДСТУ 2938-94. Системи оброблення інформації. Основні поняття. Терміни та визначення. – К. : Держстандарт України, 1995. – 32 с.

21. ДСТУ 2941-94. Системи оброблення інформації. Розроблення систем. Терміни та визначення. – К. : Держстандарт України, 1995. – 20 с.

22. Елиферов В. Г. Бизнес-процессы: Регламентация и управление : учебник / В. Г. Елиферов, В. В. Репин. – М. : ИНФРА-М, 2004. – 320 с.

23. Єрємона Н. В. Банківські інформаційні системи : навч. посіб. / Н. В. Єрємона. – К. : КНЕУ, 2000. – 270 с.

24. Журавлева И. В. Технология автоматизированной обработки экономической информации / И. В. Журавлева. – Х. : ХГЭУ, 2000. – 112 с.

25. Имери В. Как сделать бизнес в Internet / В. Имери. – К. : Диалектика, 1997. – 256 с.

26. Информационные системы в экономике : учебник / под ред. В. В. Дика. – М. : Финансы и статистика, 1996. – 272 с.

27. Информационные технологии в бизнесе : энциклопедия / под ред. М. Желены ; [пер. с англ.]. – СПб. : Питер, 2002. – 1 120 с.
28. Івахненко С. В. Інформаційні технології в організації бухгалтерського обліку та аудиту : навч. посіб. / С. В. Івахненко. – К. : Знання Прес, 2003. – 349 с.
29. Калберг К. Бизнес-анализ с помощью Excel / К. Калберг ; пер. с англ. – К. : Диалектика, 1997. – 448 с.
30. Кальянов Г. Н. CASE-технологии. Консалтинг в автоматизации бизнес-процессов / Г. Н. Кальянов. – М. : Горячая линия – Телеком, 2002. – 320 с.
31. Карминский А. М. Информатизация бизнеса / А. М. Карминский, А. С. Карминский, В. П. Нестеров и др. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 624 с.
32. Орлов П. І. Інформаційні системи та технології в управлінні, освіті, бібліотечній справі / П. І. Орлов, О. М. Луганський. – Х. : Вид. "Прометей-Прес", 2002. – 292 с.
33. Павленко Л. А. Корпоративні інформаційні системи : навч. посіб. / Л. А. Павленко. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2003. – 260 с.
34. Пайрон Т. Использование Microsoft Project 2002. Специальное издание / Т. Пайрон. – М. : Диалектика, 2004. – 1 184 с.
35. Петров В. Н. Информационные системы / В. Н. Петров. – СПб. : Питер, 2002. – 688 с.
36. Проектирование экономических информационных систем : учебник / Г. Н. Смирнова, А. А. Сорокин, Ю. Ф. Тельнов ; [под ред. Ю. Ф. Тельнова. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 512 с.
37. Рубан В. В. Переваги та недоліки системи дистанційного навчання Moodle / Рубан В. В. // Дистанційна освіта: стан і перспективи для технічних спеціальностей : збірник тез доповідей. – Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2012. – С. 44–46.
38. Саттон М. Корпоративный документооборот: принципы, технологии, методология внедрения / М. Саттон. – СПб. : Азбука, 2002. – 430 с.
39. Ситник В. Ф. Основи інформаційних систем / В. Ф. Ситник, Т. А. Писаревська, Н. В. Єршоміна та ін. – К. : КНЕУ, 1997. – 252 с.
40. Ситник В. Ф. Телекомунікації в бізнесі : навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / В. Ф. Ситник, І. А. Козак. – К. : КНЕУ, 1999. – 204 с.
41. Терещенко Л. О. Інформаційні системи і технології обліку : навч. посіб. / Л. О. Терещенко, І. І. Матвієнко-Зубенко. – К. : КНЕУ, 2005. – 187 с.

42. Холодний Г. О. Організаційно-економічний механізм реалізації товарної інноваційної політики / Г. О. Холодний, М. А. Борисенко. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2009. – 196 с.

43. Шафер Д. Ф. Управление программными проектами: достижение оптимального качества при минимуме затрат / Д. Ф. Шафер, Р. Т. Фатрел, Л. И. Шафер. – М. : Изд. дом "Вильямс", 2003. – 1 136 с.

44. Экономическая информатика / под ред. проф. В. В. Евдокимова. – СПб. : Питер, 1997. – 592 с.

4.3. Ресурси Інтернет

45. Журнал "Информационные технологии. Аналитические материалы" [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://it.ridne.net>

46. Регіони України : статистичний щорічник [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.

47. Статистика України : науковий журнал [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.