

Інформаційні системи й технології в маркетингу



Теми курсу:

- Теоретичні основи інформаційних відносин у суспільстві.
- Інформаційні технології та системи як інструмент обробки маркетингової інформації.
- Організація роботи та основні методи та засоби обробки інформації в умовах електронного офісу.
- Етапи розвитку та сутність інформаційних систем у маркетингу.
- Планування організаційних змін та впровадження інформаційних систем.
- Інформаційні системи в маркетингу, засновані на хмарних технологіях.
- Інформаційні системи у забезпеченні відносин з клієнтами (CRM-системи).

Завдання курсу

- ознайомлення із загальними методами формування та забезпечення інформаційних процесів;
- теоретичними основами впровадження інформаційних технологій;
- вивчення загальних закономірностей функціонування інформаційних систем;
- розвинення вмінь і навичок застосування прикладних комп'ютерних систем підготовки, пошуку, обробки й подання різних типів інформації;
- визначення критеріїв вибору та застосування інформаційно-комунікаційних мереж, засвоєння базових понять забезпечення захисту інформації.