



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра економіки та підприємництва

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Менеджмент та маркетинг в інформаційній сфері

Освітньо-професійна програма «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»

Рівень вищої освіти другий (магістерський)

Галузь знань 02 «Культура і мистецтво»

Спеціальність 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»

Кропивницький – 2023

ЗМІСТ

1. Загальна інформація.
2. Анотація до дисципліни.
3. Мета і завдання дисципліни.
4. Формат дисципліни.
5. Програмні результати навчання.
6. Обсяг дисципліни.
7. Ознаки дисципліни.
8. Пререквізити.
9. Технічне й програмне забезпечення /обладнання.
10. Політика курсу.
11. Навчально-методична карта дисципліни.
12. Система оцінювання та вимоги.
13. Рекомендовані джерела інформації.

1. Загальна інформація

Назва курсу	Менеджмент та маркетинг в інформаційній сфері
Викладач	Зайченко Володимир Васильович – доктор економічних наук, професор кафедри економіки та підприємництва
Профайл викладача	ORCID: 0000-0001-9523-1220
Контактний телефон	(0522) 390463
Е-пошта	v_zaychenko@ukr.net
Консультації	очні – відповідно до затвердженого графіку консультацій; онлайн – е-листування, у месенджері (Facebook-Messenger), вебінари на платформі Zoom (за запитом здобувача)
Система дистанційного навчання	http://moodle.kntu.kr.ua/

2 Анотація до дисципліни

Ефективне використання інформації неможливе без підготовлених для роботи з нею фахівців, здатних визначати потреби в її використанні, застосовувати форми, методи і технології управління та роботи з нею. Саме це і забезпечує менеджмент та маркетинг в інформаційній сфері як сукупність методів управління інформацією, що підтримуються розвитком інформаційних технологій, а також потребами споживача інформації. Навчальна дисципліна зорієнтована на ефективну організацію інформаційної діяльності, на створення передумов доступу до інформації і забезпечення інформаційно-комунікаційних процесів в організації.

3 Мета і завдання дисципліни

Мета курсу: забезпечення оволодіння здобувачами вищої освіти основними знаннями з менеджменту і маркетингу інформаційних продуктів і послуг як одного з важливих різновидів менеджменту, що спрямований на постійний пошук нових, більш ефективних способів організації інформаційної діяльності, на створення матеріальних і соціальних передумов для ефективного доступу до інформації, на забезпечення інформаційно-комунікаційних процесів, на активізацію і розвиток наявних інформаційних ресурсів і форм їх раціонального використання; набуття навичок з управління інформаційними ресурсами, інформаційними потоками, інформаційними процесами з урахуванням особливостей інформації.

Основним завданням вивчення дисципліни є формування компетентностей, важливих для особистісного розвитку фахівців та їхньої конкурентоспроможності на сучасному ринку праці.

Формування компетентностей (ІК – інтегральної, ЗК – загальних, СК – спеціальних):

ІК Інтегральна компетентність: Здатність розв'язувати складні завдання та практичні проблеми у інформаційній, бібліотечній та архівній сфері або у процесі навчання, що передбачає проведення дослідження та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов та вимог.

Загальні компетентності:

- ЗК 1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
- ЗК 2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- ЗК 3. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.
- ЗК 5. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.
- ЗК 6. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.
- ЗК 7. (У). Здатність забезпечувати організацію цивільного захисту у надзвичайних ситуаціях.

Спеціальні компетентності:

- СК 3. Здатність використовувати автоматизовані технології для вирішення практичних, управлінських, науково-дослідних і прогностичних завдань у професійній діяльності.
- СК 4. Здатність застосовувати технології та процедури аналітико-синтетичного опрацювання наукової та управлінської інформації.
- СК 5. Здатність відстежувати тенденції розвитку предметної сфери шляхом проведення аналізу інформаційних потоків та масивів.
- СК 6. Здатність застосовувати комп'ютерні технології з метою вдосконалення професійної діяльності, розуміти принципи проектування та функціонування автоматизованих БД, семантичного вебу, веб-сервісів та соціальних медіа.
- СК 7. Здатність використовувати у фаховій діяльності знання наукових принципів та методів архівознавства та бібліотекознавства, стратегії, моделі, стандарти та методи розвитку й адміністрування бібліотечних та архівних систем.
- СК 9. Здатність організувати та реалізовувати маркетингову діяльність інформаційних установ.
- СК 12. Здатність здійснювати інформаційний моніторинг.

4 Формат дисципліни

Для денної форми навчання викладання курсу передбачає для засвоєння дисципліни традиційні лекційні заняття із застосуванням електронних презентацій, поєднуючи із практичними роботами; формат очний (offline / Face to face).

5 Результати навчання

- РН1. Формувати стратегії системної організації, модернізації, підвищення ефективності управління інформаційною, бібліотечною та архівною діяльністю.
- РН2. Здійснювати організацію та управління інформаційно-аналітичною діяльністю на підприємствах та установах.
- РН3. Розробляти проекти автоматизації формування інформаційних ресурсів бібліотечних та архівних установ.

PH4. Застосовувати технології створення та підтримки функціонування електронних бібліотек та архівів, вивчення та задоволення інформаційних потреб користувачів.

PH5. Здійснювати процедури аналітико-синтетичного опрацювання наукової та управлінської інформації.

PH7. Розробляти моделі предметної галузі, застосовувати принципи проектування автоматизованих БД, семантичного вебу, веб-сервісів та соціальних медіа в інформаційній діяльності.

PH9. Здійснювати маркетингові дослідження ринку інформаційних продуктів та послуг.

PH11. Застосувати законодавчі та нормативні документи, що регулюють функціонування інформаційної сфери.

PH12. Використовувати знання та навички щодо проведення збору даних, моделювання документно-інформаційних систем і їх ресурсів при аналізі конкурентоспроможності установи.

PH 17 (У). Планувати та розробляти міжнародні проекти, здійснювати керування проектною діяльністю в галузі, ефективну комунікацію між її учасниками, генерувати нові ідеї та забезпечувати їх успішну реалізацію на основі гармонійного спілкування українською та іноземною мовами.

6 Обсяг дисципліни

Вид заняття	Кількість годин
лекції	32
практичні	64
самостійна робота	144
Всього	240

7 Ознаки дисципліни

Рік викладання	Курс (рік навчання)	Семестр	Спеціальність	Кількість кредитів / годин	Кількість змістових модулів	Вид підсумкового контролю	Нормативна / вибіркова
2023/2024	1	1-2	029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»	8/240	4	Залік, Іспит	Нормативна

8 Пререквізити

Ефективність засвоєння змісту дисципліни «Менеджмент та маркетинг в інформаційній сфері» значно підвищиться, якщо здобувач вищої освіти попередньо опанував матеріал таких дисциплін, як «Інформаційні системи та технології», «Інформаційні ресурси»; «Сучасне програмне забезпечення», «Бази даних», «Організація та керування інформаційними системами» та ін. Важлива також здатність вільно спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово, здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

9 Технічне й програмне забезпечення /обладнання

Для викладання дисципліни «Менеджмент та маркетинг інформаційних продуктів та послуг» застосовується потужна матеріально-технічна база кафедри історії, археології, інформаційної та архівної справи: мультимедійні засоби, спеціалізовані комп'ютерні лабораторії, персональні комп'ютери, локальна комп'ютерна мережа, програмне забезпечення, вільний доступ до Інтернету, відкрита бездротова мережа Wi-Fi.

10 Політика дисципліни

Очікується, що здобувачі вищої освіти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлювати наслідки її порушення. Під час організації освітнього процесу в Центральнотехнічному національному університеті здобувачі вищої освіти, викладачі та адміністрація діють відповідно до: Положення про організацію освітнього процесу в Центральнотехнічному національному університеті (http://www.kntu.kr.ua/doc/doc/The_provisions_of_company_profile.pdf); Положення про організацію вивчення вибіркового навчальних дисциплін та формування індивідуального навчального плану ЗВО (<http://www.kntu.kr.ua/doc/doc/vibir.pdf>); Кодексу академічної доброчесності ЦНТУ (<http://www.kntu.kr.ua/?view=univer&id=72>).

11. Програма навчальної дисципліни

Тема	Кількість год.		
	лекції	практичні заняття	самостійна робота
<i>Семестр 1</i>			
Змістовий модуль I. «Теоретико-методологічні засади інформаційного менеджменту». Тема 1. Менеджмент та маркетинг інформаційних продуктів та послуг як напрям інформаційно-управлінської діяльності. Цілі, задачі та предмет дисципліни. Основні концепції інформаційного менеджменту. Процес управління та його інформаційна сутність, етапи управлінського процесу. Сучасний стан інформатизації в Україні.	2	2	6

Тема 2. Інформаційні системи, роль і місце інформаційних технологій у сучасному суспільстві. Основні функції інформаційних систем та їх зміст. Характеристика етапів створення й розвитку автоматизованих систем управління. Загальнонаукові основи теорії систем і системного підходу. Етапи розвитку й класифікація інформаційних технологій. Технологія роботи в середовищі АРМ. Концепції високих інформаційних технологій.	2	2	6
Тема 3. Теоретичні основи проектування інформаційних систем менеджменту (ІСМ). Поняття і мета створення ІСМ. Принципи створення і функціонування ІСМ. Класифікація ІСМ. Етапи розвитку ІСМ. Комп'ютерні інтегровані системи СІМ (Computer Integrated Manufacturing). Системи керування взаємовідносинами з клієнтами.	2	4	10
Тема 4. Інформаційно-аналітична діяльність у сфері управління. Зміст інформаційно-аналітичної діяльності: загальні поняття та визначення. Аналітична діяльність як процедури і процеси інтелектуальної діяльності. Моніторингові, ініційовані і кумулятивні аналітичні дослідження	2	4	10
Змістовий модуль II. «Управління інформаційними системами в організації». Тема 5. Формування інформаційних потоків в організаціях. Поняття «інформаційних потоків» на підприємстві. Основні характеристики інформаційного потоку. Етапи аналізу інформаційних потоків. Механізми досягнення ефективного інформаційного обміну. Інтеграція горизонтальних і вертикальних потоків інформації. Бар'єри на шляху інформаційних потоків в організації. Основні види інформаційних обмінів в організації. Проблеми та заходи з удосконалення регулювання інформаційних потоків в організації.	2	4	10
Тема 6. Джерела інформації. Документ як джерело інформації. Інформаційні потреби. Сутнісні особливості інформаційних потреб. Характеристики і вимоги до інформації. Якісні характеристики. Кількісні характеристики. Ціннісні характеристики. Семантична теорія інформації. Тезаурус споживача інформації. Перевірка достовірності інформації.	2	4	10
Тема 7. Практичні аспекти використання ІСМ. Моделі розвитку організації. Концептуальна модель управління об'єктом в умовах системної обробки інформації. Впровадження нових інформаційних технологій. Функціональна характеристика фінансово-аналітичних інформаційних систем. Інформаційні системи виробничого менеджменту.	2	6	10
Тема 8. Автоматизація управління проектами. Введення в управління проектами. Базові можливості автоматизованих систем управління проектами. Програмний продукт Primavera Project Planner. Програмні продукти Comfar та PROP SPIN. Програмні продукти Project Expert.	2	8	10
<i>Разом за семестр I</i>	16	32	72
Змістовий модуль 3. «Сучасний ринок інформаційних продуктів та послуг». Тема 9. Інформаційна діяльність в системі організаційного управління в умовах функціонування автоматизованих систем. Життєвий цикл автоматизованої інформаційної системи. Функції управління на етапах існування інформаційної системи. Життєвий цикл Web-ресурсу. Менеджмент інформаційних систем. Мета створення системи управління інформаційними ресурсами. Етапи життєвого циклу інформаційного ресурсу. Функції управління на етапах життєвого циклу інформаційного ресурсу	2	4	6

Тема 10. Інформаційні продукти і послуги. Ринок інформаційних продуктів та послуг. Інфраструктура інформаційного ринку. Основні сектори світового ринку інформації. Структура товарів та послуг інформаційного ринку. Особливості споживчої вартості інформаційних продуктів.	2	4	6
Тема 11. Планування організаційних змін та впровадження інформаційних систем у маркетингу. Процеси організаційного планування маркетингових інформаційних систем: основні етапи. Формування шляхів розвитку організації для створення оптимальної архітектури інформаційної системи та оперативних планів. Планування реалізації процесу щодо впровадження маркетингової інформаційної системи в організації, в установі. Технічна та програмна підтримка інформаційних систем. Управління організаційними змінами в процесі впровадження нових видів інформаційних технологій.	4	4	8
Змістовий модуль 4. «Інструменти та тактики управління інформаційним маркетингом». Тема 12. Інформаційні системи в маркетингу, засновані на хмарних технологіях. Визначення «хмарових» обчислень. Моделі розгортання «хмарової» інфраструктури. Моделі обслуговування «хмарової» інфраструктури. Технологічні основи функціонування «хмарових технологій». Програмне забезпечення як послуга (Software as a service, SaaS). Платформа як послуга (Platform as a service, PaaS). Інфраструктура як послуга (Infrastructure as a service, IaaS). Апаратне забезпечення як послуга (Hardware as a Service, HaaS). Робоче місце як послуга (Workplace as a Service, WaaS). Дані як послуга (Data as a Service, DaaS). Безпека як сервіс (Security as a Service, SecaaS). Переваги та недоліки «хмарових» обчислень. Напрямки використання «хмарового» сервісу в управлінні організаціями та їх інформаційними ресурсами. Визначення ефективності застосування «хмарового» сервісу в забезпеченні ефективного управління компаніями. Перспективи розвитку «хмарового сервісу» у світі.	4	8	8
Тема 13. Клієнтоорієнтовані інформаційні системи (CRM-системи) Основні етапи роботи з клієнтами компанії. Етапи розвитку та призначення інформаційних систем класу CRM. Приклади та технологічні особливості програмних рішень, що містять модулі CRM. Інструментальні засоби роботи з клієнтами. Сфери використання системи управління взаємовідносинами з клієнтами. Тенденції розвитку та перспективи впровадження Online – CRM систем. Оцінка ефективності CRM систем.	2	8	8
Тема 14. Впровадження інформаційних систем маркетингу. Процеси організаційного планування маркетингових інформаційних систем: основні етапи. Формування шляхів розвитку організації для створення оптимальної архітектури інформаційної системи та оперативних планів. Планування реалізації процесу щодо впровадження маркетингової інформаційної системи в організації, в установі. Технічна та програмна підтримка інформаційних систем. Управління організаційними змінами в процесі впровадження нових видів інформаційних технологій.	2	8	6
Підготовка до підсумкового контролю			30
<i>Разом за семестр 2</i>	<i>16</i>	<i>32</i>	<i>72</i>
Разом	32	64	144

12. Система оцінювання та вимоги

Види контролю: поточний, підсумковий.

Методи контролю: спостереження за навчальною діяльністю здобувачів, усне опитування, письмовий контроль, тестовий контроль.

Форма підсумкового контролю: залік, екзамен.

Контроль знань і умінь студентів (поточний і підсумковий) з дисципліни «Менеджмент та маркетинг в інформаційній сфері» здійснюється згідно з кредитно-модульною системою організації навчального процесу. Рейтинг студента із засвоєння дисципліни визначається за 100 бальною шкалою. Підсумкова (загальна оцінка) курсу навчальної дисципліни є сумою рейтингових оцінок (балів), одержаних за окремі оцінювані форми навчальної діяльності: поточне та підсумкове тестування рівня засвоєності теоретичного матеріалу під час аудиторних занять та самостійної роботи (модульний контроль); оцінка (бали) за виконання практичних індивідуальних завдань. Підсумкова оцінка виставляється після повного вивчення навчальної дисципліни, яка виводиться як сума проміжних оцінок за змістові модулі. Остаточна оцінка рівня знань складається з рейтингу з навчальної роботи, для оцінювання якої призначається 60 балів, і рейтингу з атестації (іспит) – 40 балів. Критерії оцінювання. Еквівалент оцінки в балах для кожної окремої теми може бути різний, загальну суму балів за тему визначено в навчально-методичній карті. Розподіл балів між видами занять (лекції, практичні заняття, самостійна робота) можливий шляхом спільного прийняття рішення викладача і студентів на першому занятті.

Рівень знань оцінюється: «відмінно» – студент дає вичерпні, обґрунтовані, теоретично і практично правильні відповіді не менш ніж на 90% запитань, рішення задач та виконання вправ є правильними, демонструє знання матеріалу підручників, посібників, інструкцій, проводить узагальнення і висновки, акуратно оформлює завдання, був присутній на лекціях, має конспект лекцій чи реферати з основних тем курсу, проявляє активність і творчість у виконанні групових завдань;

«добре» – студент володіє знаннями матеріалу, але допускає незначні помилки у формуванні термінів, категорій і розрахунків, проте за допомогою викладача швидко орієнтується і знаходить правильні відповіді, був присутній на лекціях, має конспект лекцій чи реферати з основних тем курсу, проявляє активність у виконанні групових завдань;

«задовільно» – студент дає правильну відповідь не менше ніж на 60% питань, або на всі запитання дає недостатньо обґрунтовані, невичерпні відповіді, допускає грубі помилки, які виправляє за допомогою викладача. При цьому враховується наявність конспекту за темою завдань та самостійність, участь у виконанні групових завдань;

«незадовільно з можливістю повторного складання» – студент дає правильну відповідь не менше ніж на 35% питань, або на всі запитання дає необґрунтовані, невичерпні відповіді, допускає грубі помилки, має неповний конспект лекцій, індиферентно або негативно проявляє себе у виконанні групових завдань.

Розподіл балів, які отримують студенти при вивченні дисципліни «Менеджмент та маркетинг в інформаційній сфері»

Семестр 1												
Поточний контроль та самостійна робота												
Змістовий модуль 1					Змістовий модуль 2					Всього		
T1	T2	T3	T4	ЗК1	T5	T6	T7	T8	ЗК2	100		
8	8	12	12	8	8	8	12	14	10			
Семестр 2												
Поточний контроль та самостійна робота										Підсумковий контроль		
Змістовий модуль 3					Змістовий модуль 4					Всього	Іспит	Сума
T9	T10	T11	ЗК3		T12	T13	T14	ЗК4		60	40	100
6	6	6	8		8	8	8	10				

Примітка: T1, T2, ..., T13 – тема програми, ЗК1, ЗК2 – підсумковий змістовий контроль

Шкала оцінювання

Оцінка за шкалою ЄКТС	Визначення	Оцінка		
		За національною системою (екзамен, диф. залік, курс. проект, курс. робота, практика)	За національною системою (залік)	За системою ЦНТУ
A	ВІДМІННО – відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	5 (відмінно)	Зараховано	90-100
B	ДУЖЕ ДОБРЕ – вище середнього рівня з кількома помилками	4 (добре)	Зараховано	82-89
C	ДОБРЕ – в загальному правильна робота з певною кількістю грубих помилок			74-81
D	ЗАДОВІЛЬНО – непогано, але зі значною кількістю недоліків	3 (задовільно)	Зараховано	64-73
E	ДОСТАТНЬО – виконання задовольняє мінімальні критерії			60-63
FХ	НЕЗАДОВІЛЬНО – потрібно попрацювати перед тим, як перескласти	2 (незадовільно)	Незараховано	35-59
F	НЕЗАДОВІЛЬНО – необхідна серйозна подальша робота			1-34

Критерії оцінювання знань і вмінь здобувачів визначені [Положенням про організацію освітнього процесу в ЦНТУ](#) (с. 32-33).

13. Рекомендовані джерела інформації

Базові

1. Галич О. А. Управління інформаційними зв'язками та бізнес-процесами: навч. посіб. / О. А. Галич, О. П. Копішинська, Ю. В. Уткін. Х.: Фінарт, 2016. 244 с.
2. Інформаційні системи в економіці : навч. посіб. / Пономаренко В. С., Золотарьова І. О., Бутова Р. К. та ін. Х. : Вид. ХНЕУ, 2018. 176 с.
3. Інформаційні системи в менеджменті: навч. посіб. / Батюк А. Є., Дзуліт З. П., Обельовська К. М. та ін. Львів: НУ “Львівська політехніка”, “Інтелект-Захід”, 2004. 520 с.
4. Матвієнко О. В. Основи менеджменту інформаційних систем: навч. посіб. / О. В. Матвієнко, М. Н. Цивін. К. : Центр навчальної літератури, 2005. 176 с.
5. Отенко І. П. Аналіз та оцінка стратегічного потенціалу підприємства : наукове видання / І. П. Отенко, Л. М. Малярець, Г. А. Іващенко. Х.: Вид. ХНЕУ, 2017. 208 с.
6. Пінчук Н. С. Інформаційні системи і технології в маркетингу / Н. С. Пінчук, Г. П. Галузинський, Н. С. Орленко. К.: КНЕУ, 2003. 352 с.
7. Сальніков О. М. Інформаційні системи в менеджменті (частина перша). Теоретичні основи інформаційних систем в менеджменті. Формування інформаційної структури та управління інформаційними ресурсами підприємства: навч. посіб. / О. М. Сальніков, В. А. Романюк, В. Т. Оленченко. Х. : Національна академія Національної гвардії України, 2015. 203 с.
8. Сальніков О. М. Інформаційні системи в менеджменті (частина друга). Характеристика сучасних напрямків розвитку інформаційних систем. Використання мережевих технологій в управлінській діяльності сучасної організації: навч. посіб. / О. М. Сальніков, В. Г. Малюк, В. Є. Козлов. Х. : Національна академія Національної гвардії України, 2015. 223 с.
9. Чайковська М. П. Інформаційні системи і технології в менеджменті : навч. посіб. Одеса : ОНУ, 2010. 252 с.
10. Laudon K. C. Management Information Systems: Managing the Digital Firm, 16th ed. Pearson: Hoboken, NJ, USA, 2020. URL: https://repository.dinus.ac.id/docs/ajar/Kenneth_C.Laudon,Jane_P_.Laudon_-_Management_Information_Sysrem_13th_Edition_.pdf

Допоміжні

11. Бородкіна І.Л. Практичний курс з вивчення комп'ютерних технологій підготовки даних / І. Л. Бородкіна, О. В. Матвієнко. К.: Центр навчальної літератури, 2004. 448 с.
12. Коломицева О. В. Економіко-математичні методи в маркетинговій діяльності підприємства / О. В. Коломицева, Т. І. Бурцева, Т. А. Пальонна. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету*. Серія : Економічні науки. 2016. Вип. 41(1). С. 5 – 9.
13. Матвієнко О. Інформаційний менеджмент: аналіз предметної галузі. *Вісник Книжкової палати*. 2004. № 8. С. 13 – 17.
14. Матвієнко О. В. Завдання діяльності спеціалістів у галузі інформаційного забезпечення сфери підприємництва. *Вісник Книжкової палати*. 2001. №1. С.12 – 15.
15. Матвієнко О. В. Інформаційна освіта: інноваційні аспекти. К. : КНУКіМ, 2003. 126 с.
16. Матвієнко О. В. Концепція менеджменту інформаційних систем в контексті загальних проблем інформатизації суспільства. *Вісник Книжкової палати*. 2002. №10. С. 17 – 20.

17. Матвієнко О. В. Основи інформаційного менеджменту: навч. посіб. К. : Центр навчальної літератури, 2004. 128 с.
18. Матвієнко О. В. Психологічні аспекти взаємодії в мета системі «люди-об'єкти-середовище» при здійсненні інформаційної діяльності. *Управління сучасним містом*. 2001. №4 – 6(2). С.60-66.
19. Матвієнко О. В. Формування вимог до системи знань менеджерів інформаційних систем. *Проблеми освіти*. 2001. №23. С.8 – 15.
20. Матвієнко О.В. Функції інформаційних аналітиків у процесі підготовки прийняття управлінських рішень. *Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського*. Вип.5. К. : НБУВ, 2000. С.315 – 320.
21. Морзе Н. В. Інформаційні системи: навч. посіб. Івано-Франківськ, «Лілея НВ», 2018. 384 с.
22. Полтавець М. М. Автоматизація планово-економічних розрахунків. навч. посіб. / Полтавець М. М., Савеленко Г. В., Онищук М. С. Кіровоград: Лисенко В.Ф., 2015. 144 с.
23. Системи електронної комерції: створення, просування і розвиток : монографія / О. М. Юдін, М. В. Макарова, Р. М. Лавренюк. Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011. 201 с.
24. Ситник В. Ф. Технологія обробки економічної інформації / В. Ф. Ситник, О. С. Караєва. К.: КНЕУ, 2018. 544 с.
25. Соколов В. Ю. Інформаційні системи і технології: навч. посіб. К. : ДУІКТ, 2010. 138 с.
26. Томашевський О. М. Інформаційні технології та моделювання бізнес-процесів: навч. посіб. / О. М. Томашевський, Г. Г. Цигелик, М. Б. Вітер, В. І. Дудук. К.: Центр учбової літератури, 2016. 296 с.
27. Чайковська М. П. Маркетинг нововведень : методичний посіб. / Одеса : ОНУ, 2012. 56 с.
28. Чайковська М. П. Практикум з моделювання діяльності підприємств : навчально-методичний посіб. Одеса : ОНУ, 2013. 190 с.
29. Gholami R., Watson R., Hasan H., Molla A., Bjorn-Andersen N. Information systems solutions for environmental sustainability: How can we do more? *J. Assoc. Inf. Syst.* 2016. Vol. 17. pp. 521 – 536. URL: <https://aisel.aisnet.org/jais/vol17/iss8/2/>
30. Henfridsson O., Lind M. Information systems strategizing, organizational sub-communities, and the emergence of a sustainability strategy. *J. Strateg. Inf. Syst.* 2014. Vol. 23. pp. 11 – 28. URL: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0963868713000723>
31. Henry L., Julie F., Andrew B., Chris B., Michael L., Christoph S. Building Sustainable Information Systems: Proceedings of the 2012 International Conference on Information Systems Development. Springer: Boston, MA, USA, 2013. URL: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-1-4614-7540-8>
32. Levyska I. V., Klymchuk A. O., Klymchuk O. V. Functions of salary at machine-building enterprises in formation of motives and stimules of personnel. *Bulletin of Zaporizhzhia National University. Economic sciences*. № 4 (44), 2019. pp. 154 – 159.
33. Nasir S. The development, change, and transformation of Management Information Systems (MIS): A content analysis of articles published in business and marketing journals. *International journal of information management*. 2005. Vol. 25(5). pp. 442 – 457. URL: <https://ideas.repec.org/a/eee/ininma/v25y2005i5p442-457.html>
34. Prabhu J. Jose. A study and review of marketing information system (MKIS): components and systematic analysis. *International Journal of Engineering Applied Sciences and Technology*. 2020. Vol. 4. Issue 12. URL: <https://www.ijeast.com/papers/393-400,Tesma412,IJEAST.pdf>
35. Rascão, Jose Poças. Information-Marketing. *International Journal of Business Strategy and Automation*. December. 2020. URL: https://www.researchgate.net/publication/346688956_Information-Marketing

Інформаційні ресурси

36. Сайт Верховної Ради України. URL: <https://www.rada.gov.ua>
37. Система дистанційного навчання ЦНТУ. URL: <https://moodle.kntu.kr.ua>
38. Репозитарій ЦНТУ. URL: <http://dspace.kntu.kr.ua>
39. Українська асоціація маркетингу. URL: <https://www.uam.in.ua>