
	<p style="text-align: center;"> МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ Кафедра економіки, менеджменту та комерційної діяльності СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ </p>	
---	---	---

Назва курсу	ІТ-технології в бізнесі
Викладач	Смірнов Олексій Олексійович, кандидат економічних наук, ст. викладач кафедри економіки, менеджменту та комерційної діяльності
Контактний телефон	+380957953266
Е-mail	smirnov.alexey.alexeevich@outlook.com.com
Обсяг та ознаки дисципліни	<p>Вибіркова дисципліна, змістових модулів – 2. Форма контролю: залік. Загальна кількість кредитів – 4, годин – 120, у т.ч. лекції – 18 годин, практичні заняття – 18 годин, самостійна робота – 84 годин. Формат: очний (offline / face to face) / дистанційний (online). Мова викладання: українська Рік викладання – 2023</p>
Консультації	Консультації проводяться відповідно до Графіку, розміщеному в інформаційному ресурсі moodle.kntu.kr.ua; у режимі відео конференцій Zoom, через електронну пошту, Viber, Telegram за домовленістю.
Пререквізити	Особливі вимоги відсутні

1. Мета і завдання дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни «ІТ-технології в бізнесі» є формування у здобувачів вищої освіти знань та навичок щодо використання інформаційних технологій в бізнесі, здобуття розуміння теоретичних засад та практичних аспектів використання ІТ-технологій для підвищення ефективності та продуктивності бізнесу, забезпечення якості продуктів та послуг, автоматизації бізнес-процесів та зниження витрат, розвиток критичного мислення та аналітичних навичок, необхідних для визначення потреб та можливостей щодо впровадження ІТ-технологій в бізнесі.

Завдання вивчення дисципліни:

- ознайомлення з основними інформаційними технологіями, які використовуються в бізнесі;
- дослідження різноманітних інформаційних систем які використовуються в бізнесі, із застосуванням сучасних інструментів аналізу та управління цими системами;
- вивчення технологій та інструментів для підвищення ефективності бізнес-процесів, включаючи методики проектного управління, управління ризиками, моніторингу та аналізу даних;
- освоєння навичок розробки та впровадження інформаційних систем в бізнес-середовищі;
- дослідження сучасних трендів та новітніх розробок в галузі інформаційних технологій та їх вплив на бізнес-процеси.

2. Результати навчання

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен

знати:

- основні поняття і терміни, пов'язані з ІТ-технологіями в бізнесі, види та призначення інформаційних технологій в бізнесі.
- основні принципи вибору та інтеграції інформаційних технологій в бізнес-процеси, методології та інструменти управління проектами з використанням ІТ-технологій;
- законодавчі та етичні аспекти використання інформаційних технологій в бізнесі;
- тенденції та перспективи розвитку ІТ-технологій в бізнесі, практичні навички використання популярних інформаційних технологій в бізнесі, таких як CRM, ERP, BI, тенденції розвитку електронної комерції, основні принципи створення та оптимізації веб-сайтів для бізнесу
- методи та інструменти захисту інформації в бізнес-процесах.

вміти:

- аналізувати бізнес-процеси та ідентифікувати області, в яких можна впровадити ІТ-інструменти для підвищення ефективності діяльності підприємства;
- використовувати сучасні програмні засоби для автоматизації бізнес-процесів, такі як CRM, ERP, SCM тощо;
- проектувати та розробляти інформаційні системи для підтримки бізнес-процесів;
- використовувати інструменти аналізу даних та бізнес-аналітики для підвищення ефективності управління підприємством;
- оцінювати вплив впровадження ІТ-технологій на ефективність діяльності підприємства та розробляти рекомендації щодо вдосконалення процесів використання ІТ-інструментів.

набути соціальних навичок(soft-skills):

- комунікативні навички: вміння ефективно спілкуватися з колегами, клієнтами та партнерами, проявляти увагу до співрозмовника, слухати та вміти давати конструктивну зворотну зв'язок;

- робота в команді: здатність ефективно співпрацювати з іншими людьми, розуміти різноманітні підходи та взаємодіяти з колегами з різних підрозділів підприємства;

- критичне мислення: вміння аналізувати інформацію, виділяти головне, розуміти та оцінювати ризики та можливості проєктів;

- управління часом: здатність ефективно планувати та організовувати свій час, відповідальне ставлення до виконання завдань в строк, приймати рішення щодо пріоритетів роботи;

- креативність та інноваційність: здатність думати творчо та знаходити нестандартні рішення для вирішення проблем, впроваджувати нові ідеї та технології в бізнес-процеси підприємства.

3. Політика курсу та академічна доброчесність

Очікується, що здобувачі вищої освіти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлювати наслідки її порушення.

При організації освітнього процесу в Центральнотехнічному національному університеті здобувачі вищої освіти, викладачі та адміністрація діють відповідно до: Положення про організацію освітнього процесу; Положення про організацію вивчення вибіркового навчального дисциплін та формування індивідуального навчального плану ЗВО; Кодексу академічної доброчесності ЦНТУ.

4. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Інформаційні технології: сутнісно-понятійна, структурна та економічна характеристики

Тема 1. Поняття та види інформаційних технологій

Тема 2. Класифікація інформаційних технологій

Тема 3. Основні принципи побудови, функціонування та ресурси мережі інтернет

Тема 4. Internet-технології в бізнесі

Змістовий модуль 2. Використання технологій моніторингу, аналізу, оцінки в управлінні бізнесом

Тема 5. Технології комп'ютерних мереж

Тема 6. Проведення комплексного іт-моніторингу в організаціях та підприємствах

Тема 7. Технології аналізу, оцінки та управління бізнес-ризиками

Тема 8. Експертні системи в управлінні та бізнесі

Тема 9. Організація та супровід іт-бізнесу

5. Система оцінювання та вимоги

Види контролю: поточний, підсумковий.

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

Рейтинг студента із засвоєння дисципліни визначається за 100 бальною шкалою, у тому числі: перший рубіжний контроль – 50 балів, другий рубіжний контроль – 50 балів.

Семестровий залік полягає в оцінці рівня засвоєння здобувачем вищої освіти навчального матеріалу на лекційних та практичних заняттях і виконання індивідуальних завдань за стобальною та дворівневою («зараховано», «не зараховано») та шкалою ЄКТС результатів навчання.

6. Рекомендована література

1. Афанасьєва О.П. Інтернет-маркетинг: Опорний конспект лекцій. Харків, Харківський державний університет харчування і торгівлі, 2019. 42 с.
2. Голобородько А.Ю., Гусєва О.Ю., Легомінова С.В. Цифрова економіка: підруч. Київ: Видавництво ДУТ, 2020. 400 с.
3. Гордієнко В.О. Управління інноваційними проектами і програмами: навч. посіб. Ун-т мит. справи та фінансів. Дніпро: Ун-т мит. справи та фінансів, 2019. 115 с.
4. Євтушенко В. А., Рахман М. С., Рахман П. М. Особливості функціонування ринкового середовища ІТ-послуг України, Бізнес Інформ, 2021, № 5, с. 134-140.
5. Журавльов О. В., Сімачов О. А. Статистичне дослідження ринку ІТ-послуг в Україні, Статистика України, 2018, № 4, С. 25-33.
6. Капінус Л.В. Маркетингові технології інтернет-магазинів на нлайнринку. Бізнес-навігатор. 2019. Вип. 6.1-1. С. 194-199.
7. Карий О.І., Гальків Л.І., Цапулич А.Ю. Розвиток ІТ-сфери України: чинники та напрями активізації, Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Проблеми економіки та управління, 2021, Т.5, № 1. С. 42-55.
8. Карпенко М. Ю., Манакова Н. О., Гавриленко І. О. Технології створення програмних продуктів та інформаційних систем : навч. посібник, Харків: НУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017, 93 с.
9. Крайнюченко О.Ф. Використання оптимальної системи нтернетмаркетингу в діяльності підприємства. Молодий вчений. 2018. № 6 (1). С. 203-207. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2018_6\(1\)_49](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2018_6(1)_49).
10. Маркетинг і цифрові технології: Зб. матеріалів ІV Міжнар. наук.- практ. конф. 24–25 вересня 2020 р. ОНПУ. Одеса: ТЕС, 2020. 106 с.
11. Слободяник А. М., Могилевська О. Ю., Романова Л. В., Салькова І. Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник, К.: КиМУ, 2022. -228 с.
12. Тимошенко Н.Ю., Ронський Б.Ю. Проблеми та перспективи розвитку ІТ-індустрії в Україні, Економіка і суспільство, 2018, Вип. 17, С. 384-388.
13. Українців В.Б., Ахохов А.М. Технологія блокчейн в логістиці: цифровізація і перспективи використання. Логістика і управління ланцюгами поставок. 2017. № 6 (83). С. 42-48.
14. Шляга О.В. Перспективи розвитку інтернет-маркетингу. Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка. 2019. Т. 24, Вип. 6. С. 95-99. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2019_24_6_18.

15. Yankovets T., Vyshnevskaya M. Innovations and digital marketing: current trends of development. *European Journal of Economics and Management*. Volume 5. Issue 4. 2019. P. 21-27.
16. Alexander Rauser. *Digital strategy. Guide to digital business transformation. Create space independent publishing platform*, 2016. 174 p.
17. Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies*. WW Norton & Company.
18. Christopher Bones and James Hammersle. *Leading Digital Strategy: Driving Business Growth Through Effective E-commerce*. Kogan page, 2016. 236 p.
19. Dawn McGruer. *Dynamic Digital Marketing Master the world of online and social media marketing to grow your business*. Wiley, 2020. 440 p.
20. *Digital Revolution in Public Finance* / Editors Sanjeev Gupta, Michael Keen, Alpa Shah, and Geneviève Verdier. IMF. 2017. 363 p.
21. J.E. Ford. *Social Media Marketing for the Future: Strategies for 2020 & Beyond: Stay Ahead of the Competition. Leverage Changing Online Trends to Grow Your Business (For Facebook, Twitter, Instagram +More)*. Independently published, 2018. 106 p.
22. Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2015). *Blue ocean strategy, expanded edition: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant*. Harvard Business Review Press.
23. Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2020). *Management information systems: managing the digital firm*. Pearson Education Limited.
24. O'Brien, J. A., & Marakas, G. M. (2018). *Management information systems*. McGraw-Hill Education.
25. Sharda, R., Delen, D., & Turban, E. (2021). *Analytics, data science, & artificial intelligence: systems for decision support*. Pearson.
26. Turban, E., Leidner, D., McLean, E., & Wetherbe, J. (2005). *Information technology for management: transforming organizations in the digital economy*. Wiley.

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри ЕМ та КД, Протокол №1 від «15» серпня 2022 р.