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

<b>Назва курсу</b>	Діджитал інструменти для бізнесу
<b>Викладач</b>	Горпинченко Ольга Володимирівна, кандидат економічних наук, ст. викладач кафедри економіки, менеджменту та комерційної діяльності
<b>Контактний телефон</b>	+30667958411
<b>E-mail</b>	77ov77@ukr.net
<b>Обсяг та ознаки дисципліни</b>	<p>Вибіркова дисципліна професійної підготовки, змістових модулів – 2.</p> <p>Форма контролю: залік</p> <p>Загальна кількість кредитів – 4, годин – 120</p> <p>Формат: очний (offline / face to face) / дистанційний (online).</p> <p>Мова викладання: українська</p>
<b>Консультації</b>	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.
<b>Пререквізити</b>	Ефективність засвоєння дисципліни значно підвищиться, якщо здобувач попередньо засвоїть курс «Основи підприємництва»

## **1. Мета і завдання дисципліни**

Метою освоєння курсу є формування у здобувачів цілісного уявлення та напрацювання практичних навичок роботи з сучасними інформаційними системами і технологіями у бізнесі, розвиток медіаграмотності та цифрової компетентності.

### **Завдання вивчення дисципліни:**

- формування у здобувачів знань з використання діджитал інструментів для бізнесу;
- набуття практичних навичок для самостійної організації пошуку, відбору, якісної обробки інформації з різних джерел для формування банків даних у сфері менеджменту та підприємництва; формування елементів експертних систем для інтелектуалізації економічних розрахунків, використання програмних продуктів з елементами штучного інтелекту, розробки власного навчально-тренувального контенту для розв'язання нових проблем і завдань у незнайомому середовищі.

## **2. Результати навчання**

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен

### **знати:**

- сутність та розуміння методології створення й розвитку сучасних ІТ-технологій управління бізнесом;
- етапів створення інформаційних систем в бізнесі, технологій комп'ютерної обробки даних, на підставі яких приймаються певні рішення з управління бізнесом.

### **вміти:**

- застосовувати набуті знання для розв'язання практичних завдань;
- створювати та впроваджувати сучасні інформаційні системи на підприємствах (установах) різних сфер діяльності.

## **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**

Тема 1. Сутнісно-понятійна, структурна та економічна характеристики ІТ - технологій та їхній вплив на розвиток сучасного бізнесу.

Тема 2. Система ІТ-технологій та діджитал інструментів.

Тема 3. INTERNET-технології в бізнесі. Діджитал стратегії трансформації бізнесу.

Тема 4. Інтегровані інформаційні модулі і системи в управлінні сучасним підприємством.

Тема 5. Проведення комплексного ІТ-моніторингу в організаціях та компаніях. Безпровідні технології та огляд мобільного бізнесу.

Тема 6. Просування інформації як продукту.

Тема 7. Платформи для медіа проектів.

Тема 8. Тренди в діджитал контент.

Тема 9. Організація та супровід ІТ-бізнесу.

### 5. Система оцінювання та вимоги

Протягом семестру здобувач вищої освіти може отримати максимум 100 балів, у тому числі: перший рубіжний контроль – 50 балів, другий рубіжний контроль – 50 балів.

По поточному контролю здобувач може набрати бали за активність на лекційних та практичних заняттях, виявлення рівня підготовки здобувачів із зазначеної теми під час опитування, тестування, презентації індивідуальних завдань, вирішення практичних задач та кейсів.

Критерії оцінки заліку:

- «зараховано» – здобувач вищої освіти має стійкі знання про основні поняття дисципліни, може сформулювати взаємозв'язки між поняттями.

- «не зараховано» – здобувач вищої освіти має значні пропуски в знаннях, не може сформулювати взаємозв'язку між поняттями, що вивчаються в курсі, не має уявлення про більшість основних понять дисципліни, що вивчається. При виставленні загальної оцінки за залік враховуються результати навчальної роботи здобувача протягом семестру.

### Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90-100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D		
60-63	E	задовільно	
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

## 6. Рекомендована література Основна

1. Балджи М. Д. Економіка та організація торгівлі: навчальний посібник. / М. Д. Балджи, В. О. Однолько. – Київ : ФОП Гуляєва В.М., 2021. – 344 с.
2. Близнюк Т. Цифрові інструменти для онлайн і офлайн навчання: навчально-методичний посібник. Івано-Франківськ: Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, 2021. – 64 с.
3. Дзуліт З.П. Контент-маркетинг як інструмент успішного функціонування вітчизняних компаній / З. П. Дзуліт, С. І. Наумчук // Економіка та держава. – 2018. – №10. – С. 10-13.
4. Коваль Н.В. DIGITAL-маркетинг як інноваційний інструмент управління комунікаціями. Конкурентоспроможність вітчизняних підприємств-надавачів послуг громадського транспорту: актуальні проблеми та європейський досвід їх вирішення / Н. В. Коваль – Тернопіль: ТНЕУ. – 2020. – С. 152-155.
5. Краус К.м. Електронна комерція та Інтернет-торгівля: навч.-метод.посібник. – Київ: Аргар Медіа Груп, 2021,. – 454 с.
6. Курбан О. В., Курбан С. О. Нейромаркетинг: реклама, PR, digital-marketing, брендинг : навч. посібник. Київ : Видавництво «Білий Тигр». 2019. 148 с.
7. Мак-Кі Роберт, Джерас Томас. Сторіноміка: маркетинг у пострекламну епоху / пер. з англ. Є. Голобородько. Харків : Віват. 2019. 240 с.
8. Мангушев Д.В. Застосування інструментів цифрового маркетингу для підвищення ефективності підприємницької діяльності. / Д. В. Мангушев, А. В. Пихтін // Modern Economics. – 2021. – №30. – С. 147-152.
9. Фінансовий ринок : підручник : у 2-х т. Т1. / Коваленко Ю. М., Ковернінська Ю. В., Онишко С. В., Кужелев М. О. та ін. ; кер. авт. кол. і наук. ред. Ю. М. Коваленко. Ірпінь : Університет ДФС України, 2018. 442с
10. Хамініч С.Ю. Digital-маркетинг як сучасний засіб просування товарів та послуг / С. Ю. Хамініч, П. М. Сокол, А. Д. Бабіч // Держава та регіони. – 2019. – № 6(111). – С. 46-50.
11. Oksana Krupa, Volodymyr Krupa, Iryna Dydiv, Olha Horpynchenko, Snizhana Kovalenko. Economic Consequences of the Impact of War on Labor Resources and Tourism in Terms of Ensuring Economic Security. IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security, VOL.22 No.7, July 2022 P.117-122 [http://ijcsns.org/07\\_book/202207/20220715.pdf](http://ijcsns.org/07_book/202207/20220715.pdf)
12. Emiliya Ohar, Olena Karpil, Nataliia Mykhailuk, Olha Horpynchenko, Andriy Lynda (2022) The Use of Digital Marketing Tools for the Transformation of Brand Communications in the Modern Conditions of the Advertising Business. IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security. Vol. 22 No. 11 pp. 733-738. [http://paper.ijcsns.org/07\\_book/202211/202211102.pdf](http://paper.ijcsns.org/07_book/202211/202211102.pdf)
13. Semenova D., Myroshnychenko G. Analytical review of the stock market of Ukraine. Економіка та суспільство. 2022. No 42. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1655>

## Додаткова

1. Гордієнко Т., Толокольнікова К. Як стати гідом для свого читача: секрети сторітелінгу від журналіста The Wall Street Journal. Детектор медіа. 2018. URL: <https://detector.media/production/249/article/140223/2018-08-17-yak-stati-gidom-dlya-svogo-chitacha-sekreti-storitelingu-vid-zhurnalista-the-wall-street-journal>.

2. Золочевська М. В., Назаренко Л. В. Мотиваційний аспект використання технології цифрового сторітелінгу. Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Педагогічні науки. 2019. № 1 (324). Ч. 1. С. 175–183.

3. Карабін О. Й.; Громяк М. І. Формування цифрової компетентності майбутніх учителів із метою їх професійної підготовки в закладах вищої освіти // Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання: досвід, тенденції, перспективи : збірник тез за матеріалами V Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 30 квітня / Ченстоховський політехнічний ун-т, Опольський політехнічний ун-т, Жешувський ун-т. – Тернопіль : ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2020. С. 121–123.

4. Нетреба М. М., Рижова О. Д. Digital креативи як інструмент інформаційного спротиву в умовах війни. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. Т. 33 (72). № 3. 2022. С. 371–381.

5. Цифрова адженда України –2020 («Цифровий порядок денний» –2020). Концептуальні засади (версія 1.0). Першочергові сфери, ініціативи, проекти «цифровізації»

6. Voesman, Jan; Meijer, Irene Costera Nothing but the facts? Exploring the discursive space for storytelling and truth-seeking in journalism. Journalism Practice. 2018, Vol. 12, N. 8. 3. 997–1007.

### Інформаційні ресурси

1. Про основні засади забезпечення кібербезпеки України від 21.06.2018 р. № 2469-VIII. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2163-19#Text>

2. Artificial Intelligence. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.journals.elsevier.com/artificial-intelligence/>.

3. Computers in Industry. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.journals.elsevier.com/computers-in-industry/>.

4. Expert Systems with Applications. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.journals.elsevier.com/expert-systems-with-applications/>.

5. Асоціація ІТ та діджитал компаній України – «Digital Ukraine». [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://digitalua.org/page/zagalna-informaciya>

6. Digital Evolution Forum [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://deforum.com.ua/>

7. Global Ecommerce Report. URL : <https://www.businessinsider.com/global-ecommerce-2020-report>

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри ЕМ та КД, Протокол №1 від «28» серпня 2023 р.