



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Інформаційно-комунікаційні технології

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Код та назва спеціальності, галузь знань	D5 Маркетинг D Бізнес, адміністрування та право
Тип та назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Статус навчальної дисципліни	Обов'язкова компонента (ОК-9)
Курс, семестр викладання	1 курс, 2 семестр
Трудомісткість навчальної дисципліни	6 кредитів ЄКТС (180 академічних годин), з них: денна (очна) форма навчання: лекц. – 30 год., практ. зан. – 36 год., самост. роб. – 114 год.; заочна форма навчання: лекц. – 20 год., практ. зан. – 16 год., самост. роб. – 144 год.
Мова викладання	Українська
Кафедра	Менеджменту та маркетингу
Факультет	Бізнесу та соціальних комунікацій

Розробники силябусу



ГАЛАН Людмила Володимирівна,
доцент кафедри менеджменту та маркетингу,
кандидат економічних наук, доцент

E-mail: galan.l@ukr.net
Тел.: +380 97 439 06 23

Консультації: щопонеділка з 14⁰⁰ до 16⁰⁰ год.,
каб. 324 (головний корпус)



БОРИСЕВИЧ Євгенія Георгіївна,
старший викладач кафедри менеджменту та маркетингу

E-mail: etigrova@gmail.com
Тел.: +095 750 64 01

Консультації: щосереда з 14⁰⁰ до 16⁰⁰ год.,
каб. 324 (головний корпус)

Мета дисципліни	- формування у здобувачів освіти системних знань, практичних умінь і навичок щодо ефективного використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій для підтримки управлінських і маркетингових процесів в організаціях, розвитку цифрової компетентності, впровадження інноваційних рішень у бізнес-середовище та підвищення конкурентоспроможності організації в умовах цифрової трансформації.
Компетентності, формуванню яких сприяє дисципліна	ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
Програмні результати навчання	ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПРН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
Програма навчальної дисципліни	
Тема 1. Основний сенс інформаційного забезпечення с процесів управління в організації	Загальні характеристики інформаційних технологій та інформаційних систем, визначена структура інформації та особливості перетворення економічної інформації. Особливості застосування інформаційно-комунікаційних технологій для розв'язування задач в сфері менеджменту та маркетингу. Єдиний інформативний простір організації, Вимоги до даних і інформації, зовнішні та внутрішні інформаційні потоки в організації. Функціональні та забезпечувальні інформаційні підсистеми.
Тема 2. Основний сенс інформаційної технології ECM для менеджменту організації	ECM (Enterprise Content Management) як стратегічна концепція існування організації. Основні завдання ECM щодо збереження, обробки, доступу і безпечного управління інформаційними ресурсами організації. Роль ECM у підвищенні ефективності управлінських процесів Компоненти ECM-систем- захоплення контенту (Capture): сканування, імпорт документів, розпізнавання текстів; управління контентом (Manage)- організація, редагування, контроль життєвого циклу інформації; зберігання контенту (Store)- структурування та архівація даних; обробка документів (Process)- автоматизація робочих процесів (workflow); пошук і доступ до контенту (Deliver)- швидкий пошук, персоналізований доступ, мобільний доступ. Огляд популярних ECM-систем: OpenText, IBM FileNet, Microsoft SharePoint, Laserfiche. Alfresco. Захист інформації: права доступу, резервне копіювання, відповідність стандартам безпеки. Узагальнена модель ECM в організації. Тактичні та стратегічні переваги організацій від застосування ECM- систем в організації.
Тема 3. Інформаційні ERP- системи як основа сучасного менеджменту	Сенс ERP -системи для організації та їх визначення. Історія розвитку ERP: від MRP до сучасних комплексних систем. Основні характеристики ERP-систем. Типові модулі ERP систем: управління фінансами (Financial Management), управління матеріальними ресурсами та логістикою (Supply Chain Management), управління виробництвом (Manufacturing Management), управління персоналом (Human Resources Management), управління проектами (Project Management). Приклади популярних ERP-систем: SAP ERP, Oracle ERP Cloud, Microsoft Dynamics 365, Odoo. Джерела ефективності ERP-систем в організації.
Тема 4. Інформаційні	Технологія OLAP: підтримка багатовимірного аналізу даних для прийняття управлінських рішень. Основні

технології застосування сучасних методів систематизації інформації в організації	характеристики OLAP-систем: багатовимірність даних (аналіз за кількома вимірами одночасно), гнучкість у формуванні запитів і перегляді даних, швидкість отримання аналітичної інформації, агрегація та підсумовування великих обсягів даних. Поняття про куби даних. Застосування OLAP у процесі прийняття управлінських рішень: багатовимірний аналіз фінансової діяльності, аналіз продажів за регіонами, продуктами, клієнтськими сегментами. планування і прогнозування на основі історичних даних, оцінка ефективності маркетингових кампаній, моделювання варіантів розвитку бізнесу («що-якщо» аналіз). Приклади інструментів та платформ OLAP: Microsoft SQL Server Analysis Services (SSAS), Oracle OLAP, IBM Cognos, SAP BW (Business Warehouse), Pentaho Analysis Services. Переваги використання OLAP: швидкість отримання аналітичної інформації, інтуїтивна візуалізація великих обсягів даних, підвищення обґрунтованості прийняття стратегічних і тактичних рішень.
Тема 5. CRM-технології як основа розвитку клієнтоорієнтованості організації	Сенс CRM-технології. Функції CRM-систем і виконувані ними завдання при прийнятті рішень в менеджменті та маркетингу. Складові CRM-систем: операційна CRM (автоматизація продажів, маркетингу та обслуговування клієнтів); аналітична CRM (аналіз поведінки клієнтів, оцінка ефективності взаємодії); колаборативна CRM (організація комунікацій з клієнтами через різні канали, а саме соціальні мережі, електронна пошта, кол-центри); стратегічна CRM (планування взаємовідносин з клієнтами як частина загальної бізнес-стратегії). Огляд популярних CRM-платформ: Salesforce, Microsoft Dynamics 365 CRM, HubSpot CRM, Zoho CRM. Сучасні тренди CRM: використання штучного інтелекту та машинного навчання в CRM (предиктивна аналітика, чат-боти), мобільні CRM-рішення, інтеграція CRM із соціальними мережами (Social CRM), автоматизація маркетингових процесів (Marketing Automation).
Тема 6. Хмарні технології як основа сучасного бізнесу	Комерціалізація програмних послуг - нововведення Amazon. Моделі технологій «хмара»: SaaS, PaaS, IaaS. Основні постачальники хмарних сервісів: Amazon Web Services (AWS), Microsoft Azure, Google Cloud Platform (GCP), IBM Cloud. Переваги хмарних сервісів для бізнесу. Сфери застосування хмарних технологій: електронна комерція та маркетинг, фінансові послуги (FinTech), освітні технології (EdTech), охорона здоров'я (MedTech), виробництво і логістика. Архітектура хмар. Безпека та стандартизація на прикладі AWS хмари.
Тема 7. Продукти та рішення AMAZON WEB SERVICES для бізнесу	Продукти AWS, категорії та коротка характеристика особливостей алгоритму їх застосування в бізнесі. AWS Amazon Pinpoint як приклад базового сервісу для багатоканальних маркетингових комунікацій. Рішення AWS: огляд найбільш популярних AWS. Переваги використання AWS для бізнесу: масштабованість (автоматичне збільшення або зменшення ресурсів залежно від навантаження), гнучкість (доступ до ресурсів та послуг, що можна налаштувати під конкретні потреби), економічність (оплата лише за фактичне використання ресурсів), інноваційність (доступ до найсучасніших технологій, таких як штучний інтелект, аналіз великих даних, автоматизація), безпека (багаторівневий захист даних, включаючи шифрування, моніторинг та автоматичне резервне копіювання).
Тема 8. Характеристика основних AWS-рішень для комерційної та маркетингової діяльності	Реальні кейси використання AWS у бізнесі: Netflix - використання AWS для потокового відео та масштабування бізнесу під час високих навантажень; Airbnb - обробка даних з користувачів та підключення до хмарної платформи для управління резерваціями та аналітики; Adobe - надання своїх програмних продуктів через AWS для забезпечення ефективного управління інфраструктурою для глобальних клієнтів. Використання Amazon Web Services для рішень E-Commerce на прикладі Shopify (використання AWS для хостингу магазинів і обробки транзакцій по всьому світу) та онлайн-магазину модного одягу Zalando (використовує AWS для масштабування своєї інфраструктури). Використання сервісів AWS для рішень в сфері реклами та маркетингу. Розвиток AWS для бізнесу на сучасному етапі: перспективи та напрямки.

Методи навчання

При вивченні навчальної дисципліни використовуються наступні методи навчання:

Інтерактивні	§ Наочно-демонстраційні дидактичні комплекси до тем, що вивчаються в межах дисципліни (відеозаписи практичних та лекційних занять, схеми, таблиці, графіки, діаграми, зображення, фотографії, тощо). § Відповіді на запитання і опитування думок здобувачів освіти (дискусії, дебати, полеміки). § Аналіз ситуацій та рішень в ході виконання кейс-стаді. § Відпрацювання навичок та робота в групах. Це два тісно взаємопов'язані методи, котрі допомагають здобувачам освіти практикувати одночасно і необхідні профільні навички, і вміння працювати в команді. Зазвичай група складається з 2-6 осіб. § Ігрове моделювання – це метод використання різних моделей поведінки, ставлення, мислення, який допомагає учасникам краще зрозуміти і відчувати на собі причини і наслідки певних подій. Такі ігри мають кілька спрямувань: проблемно-орієнтовані, дослідницькі, ділові, проєктувальні. Застосовуються нові форми роботи з інформацією: складання ментальних карт, відеооглядів, сторітелінг, скрайбінг, портфоліо.
Практичні	§ Вправи. Різні практичні завдання, які застосовуються на будь-якому етапі навчального процесу і допомагають задіювати інтелектуальні, комунікативні та пошукові здібності здобувачів освіти. Вони можуть включати відповіді на запитання, розв'язання задач, виправлення помилок, складання порівняльних таблиць, графіків і т.п. Творчі роботи. Мета таких робіт – розвиток творчого мислення, ерудиції, логіки, вміння комбінувати різні знання і техніки. Ці способи навчання охоплюють: проведення власних досліджень, а також написання рецензій, відгуків, статей, творів, створення макетів, ілюстрацій, програм та багато іншого.
Методи дистанційного навчання	§ Відеоконференції в форматі лекцій або семінарів. Зв'язок здобувачів освіти з викладачем забезпечують різноманітні сучасні платформи, такі як: Zoom, Moodle, Google Meet та ін. § Онлайн дискусії; § Індивідуальне і групове консультування (викладач дає додаткові роз'яснення щодо виконання завдань через чати та e-mail-надсилання); § Відеозаписи лекцій і практичних занять; § Квізи (проведення бліц-опитування із застосуванням Google Форм) тощо.

Стратегія оцінювання результатів навчання

Змістовий контент результатів навчання з дисципліни	Результати навчання з даної дисципліни, які здобувач може продемонструвати та які можна ідентифікувати, оцінити і виміряти, розглядаються у вимірах 7 рівня Національної рамки кваліфікацій, що відповідає другому циклу вищої освіти Рамки кваліфікацій Європейського простору вищої освіти, а саме: Знання – базових концептуальних положень та системного уявлення про інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ), зокрема знання методології та технологій опрацювання інформації, характерної для діяльності підприємства, а також чинників, що впливають на цей процес у сфері менеджменту та маркетингу. Уміння/навички – застосовувати основні принципи інформаційного забезпечення управлінських процесів в організації, використовувати можливості ЕСМ для оптимізації управлінських рішень працювати з ERP-системами для автоматизації бізнес-процесів і прийняття управлінських рішень, використовувати інформаційні технології для систематизації, збереження та пошуку організаційної інформації, впроваджувати CRM-системи для побудови клієнтоорієнтованої моделі управління
--	--

	бізнесом, організовувати бізнес-процеси за допомогою хмарних технологій згідно з моделями SaaS, PaaS, IaaS та застосовувати рішення AWS (Amazon Web Services) для підтримки та розвитку бізнесу в цифровому середовищі, вибирати та впроваджувати AWS-рішення для потреб комерційної та маркетингової діяльності. Комунікація – розвиток комунікативної компетентності у сфері використання інформаційно-комунікаційних технологій для управління та маркетингу, зокрема в контексті професійного обговорення цифрових рішень, презентації проєктів, обміну інформацією з колегами, бізнес-партнерами, клієнтами та іншими стейкхолдерами в цифровому середовищі Відповідальність та автономія – формування готовності до самостійного вибору та застосування ІКТ-рішень у менеджменті та маркетингу, відповідальність за ефективність використання інформаційних ресурсів, захист даних, дотримання етичних норм цифрової комунікації та успішну реалізацію цифрових рішень в організації.
Критерії оцінювання	Академічні успіхи здобувачів освіти в межах даної дисципліни оцінюються за бально-рейтинговою шкалою (максимальна кількість – 100 балів), що прийнята в ДУІТЗ, з обов’язковим переведенням кількості балів в оцінки за національною шкалою та за шкалою ECTS. Відмінно (A) – від 90 до 100 балів – здобувач у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов’язкову та додаткову літературу. Правильно вирішив усі або не менше 90% завдань, передбачених програмою навчальної дисципліни. Дуже добре (B) – від 82 до 89 балів – здобувач досить повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов’язкову літературу. Однак під час викладання деяких питань допускаються при цьому окремі несуттєві неточності. Правильно вирішив 80-89% письмових завдань. Добре (C) – від 74 до 81 балів – здобувач достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов’язкову літературу. Однак під час викладання деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно вирішив 74-81% письмових завдань. Задовільно (D) – від 64 до 73 балів – здобувач в цілому володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст під час усних та письмових відповідей, але з не зовсім глибоким та всебічним аналізом, обґрунтуванням та аргументацією, з недостатнім використанням необхідної літератури, допускаючи при цьому окремі неточності та помилки. Правильно вирішив 64-73% письмових завдань. Задовільно (E) – від 60 до 63 балів – здобувач в цілому володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст під час усних та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки. Правильно вирішив 60-63% письмових завдань. Незадовільно з можливістю повторного складання (FX) – від 35 до 59 балів – здобувач не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, стисло без аргументації та обґрунтування викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, поверхово розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності. Правильно вирішив 35-59% письмових завдань. Незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни (F) – від 0 до 34 балів – Здобувач частково володіє

	навчальним матеріалом, не у змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів та письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки. Правильно вирішив 1-34% письмових завдань.
Форма та методи контролю навчальних досягнень	Контроль успішності навчання здобувачів освіти здійснюється на засадах відкритості та академічної доброчесності. В межах даної дисципліни передбачено два види контролю: поточний (<i>тематичний, рубіжний</i>) та підсумковий (<i>семестровий</i>). Поточний контроль здійснюється протягом семестру під час проведення практичних занять; виконання завдань самостійної роботи; складання тематичних контрольних робіт, тестів, тощо. Поточний контроль спрямований на перевірку: рівня підготовленості здобувача до занять; активності під час обговорення навчального матеріалу; якості виконання індивідуальних, практичних, і текстових завдань; своєчасності та повноти виконання самостійної роботи. Результат поточного оцінювання є середньоарифметичним значенням отриманих балів за всі виконання самостійної роботи під час аудиторних (практичні, семінарські) занять та завдання, що виконуються під час самостійної роботи. До підсумкового контролю допускаються здобувачі, які за результатами поточного оцінювання набрали не менше 60 балів. Підсумковий контроль проводиться у формі екзамену, який передбачає перевірку рівня теоретичних знань, практичних умінь і навичок, а також здатності їх застосовувати у професійній діяльності.

Політика навчальної дисципліни

Відвідування	Здобувачі вищої освіти самостійно планують відвідування лекційних занять, що проводяться в межах дисципліни згідно академічного розкладу. Присутність на практичних заняттях та контрольних заходах (екзамен) є обов'язковою. Важливим є своєчасне виконання індивідуальних завдань в межах самостійної роботи, передбачених програмою дисципліни.
Дотримання принципів академічної доброчесності	Підготовка усіх завдань, письмових робіт і т. ін., що виконуються в межах дисципліни, здійснюється здобувачем вищої освіти самостійно, на засадах академічної доброчесності. Викладач має право для перевірки робіт застосовувати різні програмні засоби.
Умови зарахування пропущених занять	Відпрацювання академічної заборгованості з дисципліни можливо до початку екзаменаційної сесії. Процедура узгоджується з викладачем, згідно його розкладу консультацій.
Інші умови	Навчально-методичні матеріали дисципліни розміщені на платформі Moodle

Рекомендовані джерела інформації

Базові підручники та навчальні посібники	§ Бинкевич В.В., Савчук Л.М., Усиченко І.В., Савчук Р.В. Економічна кібернетика: інтелектуальні ресурси управління: монографія. Харків: Герда, 2022. 194 с. § Галич О.А., Копішинська О.П., Уткін Ю.В. Управління інформаційними зв'язками та бізнес-процесами: навч. посіб. Харків: Фінарт, 2020. 244 с. § Інформаційні технології в бізнесі. Ч.1: навч. посіб. / І.Б. Шевчук, А.І. Старух, О.М. Васків та ін.; за заг. ред. І.Б. Шевчук. Львів: ННВК «АТБ», 2021. 455 с. § Інформаційні складові сучасних підходів до управління економікою: міжнар. колект. монографія / за заг. ред. Л.М. Савчук. Дніпро: ЛАНДОН-XXI, 2018. 414 с. § Швачич Г.Г., Толстой В.В., Петречук Л.М., Іващенко Ю.С., Гуляєва О.А., Соболенко О.В. Сучасні інформаційно-комунікаційні технології: навч. посіб. Дніпро: НМетАУ, 2019. 230 с.
Методичні рекомендації та розробки викладачів	§ Галан Л.В., Борисевич Є.Г. Управління клієнтським досвідом як інноваційна стратегія розвитку клієнтоорієнтованості операторів електронних комунікацій. <i>Усніхи і досягнення у науці</i> . 2024. № 1. С. 226-240. DOI: https://doi.org/10.52058/3041-1254-2024-1(1) .

дисципліни	§ Галан Л.В., Борисевич Є.Г. Підвищення клієнтоорієнтованості локальних провайдерів телекомунікацій на основі застосування CRM-систем. <i>Наука і техніка сьогодні. Серія «Економіка»</i>. 2023. № 2(16). С. 57-70. DOI: https://doi.org/10.52058/2786-6025-2023-2(16). § Галан Л.В., Борисевич Є.Г. Оцінка ефективності інвестицій щодо впровадження і застосування CRM-систем у діяльності локальних провайдерів телекомунікацій. <i>Актуальні питання у сучасній науці. Серія «Економіка»</i>. 2023. № 3(9). С. 26-39. DOI: https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-3(9). § Галан Л.В., Москалюк Г.О., Кононова О.Є. Система управління інноваційною діяльністю підприємств сфери інформаційних технологій. <i>Інтернаука. Серія «Економічні науки»</i>. 2022. № 2(58). С. 62-72. URL: https://www.inter-nauka.com/issues/economic2022/2/7900 § Інформаційні та комунікаційні технології в менеджменті та маркетингу: навч. посіб. / Л.В. Галан, Є.Г. Борисевич. Одеса: ФОП Бондаренко М.О., 2024. 112 с. URL: https://metod.suitt.edu.ua/download/816 § Features of using Amazon Web Services as digital tools. Exploring the digital landscape: interdisciplinary perspectives: monograph. / L. Halan, E. Borysevych. Katowice: Academy of Silesia; The University of Technology in Katowice Press, 2024. P. 499-517. URL: https://surl.lt/lvldbk. DOI: 10.54264/M036 § Ключ Ю.І., Проданчук М.А., Гололобова О.О., Галан Л.В., Варгатюк М. О. Оцінювання й контроль релевантності даних в інформаційних системах управління транспортною галуззю. <i>Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu</i>. 2023. № 3. С. 137-143. URL: https://surl.li/gpnmyn. DOI: https://doi.org/10.33271/nvngu/2023-3/137.
Інформаційні ресурси	§ Міністерство цифрової трансформації України: офіційний веб-сайт. URL: https://thedigital.gov.ua/ § Офіс реформ Кабінету Міністрів України: офіційний веб-сайт. URL: https://rdo.in.ua/ § Amazon Web Services: веб-сайт. URL: https://aws.amazon.com/

Рік введення силабусу – 2025 р.	Затверджено рішенням кафедри менеджменту та маркетингу (Протокол №11 від 27 червня 2025 р.)		
	В.о. завідувача кафедри		Людмила ГАЛАН
	Гарант освітньої програми		Олена ЧУКУРНА
	Викладачі:		Людмила ГАЛАН
			Свєгенія БОРСЕВИЧ