

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Кафедра статистики, обліку та аудиту

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор з науково-педагогічної  
роботи

Пантелеймонов А.В.

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2018 р.

Робоча програма навчальної дисципліни

**«Інформаційно-комунікаційні технології у бізнесі»**

(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти \_\_\_\_\_ другий (магістерський) \_\_\_\_\_

галузь знань \_\_\_\_\_ 05 «Соціальні та поведінкові науки» \_\_\_\_\_

спеціальність \_\_\_\_\_ 051 «Економіка» \_\_\_\_\_

освітня програма \_\_\_\_\_ «Бізнес-аналітика та міжнародна статистика» \_\_\_\_\_

спеціалізація \_\_\_\_\_

вид дисципліни \_\_\_\_\_ за вибором \_\_\_\_\_

факультет \_\_\_\_\_ економічний \_\_\_\_\_

2018 / 2019 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою факультету

«22» червня 2018 року, протокол № 7

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ:

Корепанов Г. С., к. е. н., доцент кафедри статистики, обліку та аудиту;

Черненко Д. І., к. е. н., доцент кафедри статистики, обліку та аудиту

Програму схвалено на засіданні кафедри статистики, обліку та аудиту

Протокол від «21» червня 2018 року № 9

Завідувач кафедри статистики, обліку та аудиту

\_\_\_\_\_ (Соболев В. М.)  
(підпис) (прізвище та ініціали)

Програму погоджено методичною комісією економічного факультету

Протокол від «21» червня 2018 року № 9

Голова методичної комісії економічного факультету

\_\_\_\_\_ (Євтушенко В. А.)  
(підпис) (прізвище та ініціали)

## ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Інформаційно-комунікаційні технології у бізнесі» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки магістра

спеціальності (напряму) 051 «Економіка»

### 1. Опис навчальної дисципліни

#### 1.1. Мета викладання навчальної дисципліни

*Метою* викладання навчальної дисципліни є формування знань щодо принципів і механізмів побудови та розвитку інформаційних систем та технологій у бізнесі, а також набуття необхідних практичних навичок їх використання.

#### 1.2. Основні завдання вивчення дисципліни

Основними *завданнями* вивчення дисципліни є:

- теоретична підготовка з питань створення, функціонування и розвитку інформаційних систем та технологій у бізнесі;
- набуття практичних навичок використання інформаційних систем та технологій у бізнесі.

#### 1.3. Кількість кредитів – 4

#### 1.4. Загальна кількість годин – 120

#### 1.5. Характеристика навчальної дисципліни

| За вибором                     |                                     |
|--------------------------------|-------------------------------------|
| Денна форма навчання           | Заочна (дистанційна) форма навчання |
| Рік підготовки                 |                                     |
| 2-й                            | 2-й                                 |
| Семестр                        |                                     |
| 3-й                            | 3-й                                 |
| Лекції                         |                                     |
| 18 год.                        | 4 год.                              |
| Практичні, семінарські заняття |                                     |
| 18 год.                        | –                                   |
| Лабораторні заняття            |                                     |
| –                              | –                                   |
| Самостійна робота              |                                     |
| 74 год.                        | 106 год.                            |
| Індивідуальні завдання         |                                     |
| 10 год.                        |                                     |

## 1.6. Заплановані результати навчання

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні досягти таких *результатів навчання*:

- уміти використовувати інформаційні технології для підвищення ефективності діяльності підприємницьких, торговельних і біржових структур;
- уміти розробляти бізнес-модель та обґрунтовувати бізнес-стратегію з урахуванням інституційних чинників;
- розуміти новітній маркетинговий інструментарій та уміти аналізувати ринок, споживчі і технологічні тренди, конкурентні ситуації, формувати імідж і ефективну маркетингову підприємницьку стратегію.

студенти повинні:

*знати:*

- визначати поняття і сучасні принципи роботи з діловою інформацією;
- усвідомлювати сутність корпоративних інформаційних систем і баз даних;
- визначати методичні основи побудови інформаційних систем та технологій в бізнесі;
- відтворювати методи створення і принципи проектування інформаційних технологій і комп'ютеризованих систем управління;
- визначати архітектуру інформаційних систем управління організації;

*вміти:*

- застосовувати інформаційні технології для вирішення управлінських завдань;
- проводити аналіз методів оцінювання і вибору сучасних інформаційних технологій для автоматизації вирішення прикладних завдань;
- використовувати програмне забезпечення для роботи з діловою інформацією і основами Інтернет-технологій;
- використовувати інформаційні системи та технології для підвищення ефективності ведення бізнесу.

## 2. Тематичний план навчальної дисципліни

*Розділ 1. Теоретичні засади використання інформаційних систем та технологій у бізнесі*

*Тема 1. Сутність інформаційних систем та інформаційних технологій, історичний аспект розвитку*

Роль і місце інформаційних систем у бізнесі. Види інформаційних систем їх створення. Класифікація інформаційних систем. Корпоративні (інтегровані) інформаційні системи. Склад інформаційних систем. Функціональні підсистеми інформаційних систем. Технічне забезпечення (комплекс технічних засобів). Життєвий цикл інформаційних систем.

Витоки і етапи розвитку інформаційних технологій. Інформатика та інформаційні технології. Технологія і методи обробки економічної інформації. Основні класи технологій. Базові методи обробки економічної інформації. Структура базової інформаційної технології. Концептуальний рівень опису (змістовний аспект). Логічний рівень (формалізований / модельний опис). Фізичний рівень (програмна реалізація).

*Тема 2. Телекомунікаційні технології і інформаційні системи управління підприємством*

Інформаційно-комунікаційні технології. Технологія Інтернет в маркетингу. Інфраструктура Інтернет. Електронна комерція. Поняття і визначення електронної комерції. Структура ринку електронної комерції. Фактори зниження витрат при використанні електронної комерції. Базові технології електронної комерції. Характерні особливості технології електронної комерції і їх ділове значення. Основні типи електронної комерції. Еволюція електронної комерції з її перших років до сьогодні.

*Тема 3. Інфраструктура ІКТ та забезпечення доступу до них: інтернет, мережі і мобільні платформи*

Походження, і ключові технологічні концепції, що підтримують інтернет. Поточна структура Інтернету. Обмеження сьогоdnішнього Інтернету і потенційні можливості Інтернету майбутнього. Інтернет і веб- послуги. Вплив мобільних додатків.

*Тема 4. Маркетингові та рекламні концепції телекомунікаційних технологій*

Ключові особливості інтернет-аудиторії, основні концепції поведінки споживачів. Основні маркетингові та рекламні стратегії та інструменти для цифрової комерції. Основні технології, які підтримують онлайн-маркетинг. Недоліки і переваги інтернет-маркетингових комунікацій.

### *Тема 5. Соціальний, мобільний і локальний маркетинг*

Різниця між традиційним онлайн-маркетингом і новими соціальними мобільними локальними маркетинговими платформами і відносинами між соціальним, мобільним і локальним маркетингом. Процес соціального маркетингу. Маркетингові можливості соціальних маркетингових платформ, таких як Facebook, Twitter. Ключові елементи мобільної маркетингової кампанії. Можливості локального маркетингу.

## *Розділ 2. Застосування інформаційних систем і технологій в різних секторах*

### *Тема 6. Організація і засоби інформаційних технологій забезпечення управлінської діяльності підприємства*

Підприємство як об'єкт управління. Роль і місце інформаційних технологій в управлінні підприємством. Планування потреби в матеріалах (MRP I). Планування ресурсів виробництва (MRP II). Планування ресурсів підприємства (ERP). Оптимізації управління ресурсами підприємств (ERP II). Інформаційні технології організаційного розвитку та стратегічного управління підприємством.

### *Тема 7. Роздрібна торгівля: онлайн продажі та послуги*

Середовище, в якому працює онлайн-сектор роздрібною торгівлі. Як аналізувати економічну життєздатність інтернет-фірми. Проблеми, з якими стикаються різні типи інтернет-магазинів. Основні особливості сектора онлайн-послуг. Тенденції, що відбуваються в онлайн-індустрії фінансових послуг. Основні тенденції в індустрії онлайн-послуг, що стосуються подорожей. Бізнес-моделі сервісних компаній.

### *Тема 8. Онлайн-контент і медіа*

Основні тенденції споживання медіа та онлайн-контенту, основні моделі доходів для доставки цифрового контенту, управління цифровими правами і концепція конвергенції медіа. Ключові чинники, що впливають на інтернет-видавничу індустрію. Ключові фактори, що впливають на індустрію онлайн-розваг.

### *Тема 9. Соціальні мережі, аукціони і портали*

Типи соціальних мереж та інтернет-порталів і їх бізнес-моделі. Основні типи аукціонів, їх переваги та витрати, як вони діють, коли їх використовувати, а також ймовірність зловживань і шахрайства з аукціонами. Основні типи інтернет-порталів та їх бізнес-моделі.

### *Тема 10. Управління ланцюгами постачання й мережеві ринки*

Еволюція і зростання електронної комерції B2B, а також її потенційні вигоди і проблеми. Основні тенденції в управлінні ланцюгами постачання. Характеристики та типи мережевих ринків. Цілі приватних індустріальних мереж, їх роль в підтримці спільної торгівлі та їх функціонування.

### 3. Структура навчальної дисципліни

| Назви розділів і тем   | Кількість годин |              |           |          |          |           |              |              |          |          |          |            |
|--|-----------------|--------------|-----------|----------|----------|-----------|--------------|--------------|----------|----------|----------|------------|
|  | денна форма     |              |           |          |          |           | заочна форма |              |          |          |          |            |
|  | усього          | у тому числі |           |          |          |           | усього       | у тому числі |          |          |          |            |
|  |                 | л            | п         | лаб.     | інд.     | с. р.     |              | л            | п        | лаб.     | інд.     | с. р.      |
| 1  | 2               | 3            | 4         | 5        | 6        | 7         | 8            | 9            | 10       | 11       | 12       | 13         |
| <b>Розділ 1. Теоретичні засади використання інформаційних систем та технологій у бізнесі</b>             |                 |              |           |          |          |           |              |              |          |          |          |            |
| Тема 1. Сутність інформаційних систем та інформаційних технологій, історичний аспект розвитку            | 8               | 1            | 1         | –        | –        | 6         | 11           | 1            | –        | –        | –        | 10         |
| Тема 2. Телекомунікаційні технології і інформаційні системи управління підприємством                     | 9               | 1            | 1         | –        | –        | 7         | 11           | –            | –        | –        | –        | 11         |
| Тема 3. Інфраструктура ІКТ та забезпечення доступу до них: інтернет, мережі і мобільні платформи         | 12              | 2            | 2         | –        | –        | 8         | 12           | 1            | –        | –        | –        | 11         |
| Тема 4. Маркетингові та рекламні концепції телекомунікаційних технологій                                 | 12              | 2            | 2         | –        | –        | 8         | 10           | –            | –        | –        | –        | 10         |
| Тема 5. Соціальний, мобільний, і локальний маркетинг   | 12              | 2            | 2         | –        | –        | 8         | 11           | –            | –        | –        | –        | 11         |
| <b>Разом за розділом 1</b>   | <b>53</b>       | <b>8</b>     | <b>8</b>  | <b>–</b> | <b>–</b> | <b>37</b> | <b>55</b>    | <b>2</b>     | <b>–</b> | <b>–</b> | <b>–</b> | <b>53</b>  |
| <b>Розділ 2. Застосування інформаційних систем і технологій в різних секторах</b>                        |                 |              |           |          |          |           |              |              |          |          |          |            |
| Тема 6. Організація і засоби інформаційних технологій забезпечення управлінської діяльності підприємства | 10              | 2            | 2         | –        | –        | 6         | 10           | –            | –        | –        | –        | 10         |
| Тема 7. Роздрібна торгівля: онлайн продажі та послуги  | 12              | 2            | 2         | –        | –        | 8         | 12           | 1            | –        | –        | –        | 11         |
| Тема 8. Онлайн-контент і медіа   | 11              | 2            | 2         | –        | –        | 7         | 10           | –            | –        | –        | –        | 10         |
| Тема 9. Соціальні мережі, аукціони і портали   | 12              | 2            | 2         | –        | –        | 8         | 12           | 1            | –        | –        | –        | 11         |
| Тема 10. Управління ланцюгами постачання й мережеві ринки  | 12              | 2            | 2         | –        | –        | 8         | 11           | –            | –        | –        | –        | 11         |
| <b>Разом за розділом 2</b>   | <b>57</b>       | <b>10</b>    | <b>10</b> | <b>–</b> | <b>–</b> | <b>37</b> | <b>55</b>    | <b>2</b>     | <b>–</b> | <b>–</b> | <b>–</b> | <b>53</b>  |
| ІНДЗ   | 10              | –            | –         | –        | –        | 10        | 10           | –            | –        | –        | –        | 10         |
| <b>Усього годин</b>  | <b>120</b>      | <b>18</b>    | <b>18</b> | <b>–</b> | <b>–</b> | <b>84</b> | <b>120</b>   | <b>4</b>     | <b>–</b> | <b>–</b> | <b>–</b> | <b>116</b> |

#### 4. Теми практичних занять

| № з/п | Назва теми   | Кількість годин |
|-------|--|-----------------|
| 1     | Тема 1. Сутність інформаційних систем та інформаційних технологій, історичний аспект розвитку            | 1               |
| 2     | Тема 2. Телекомунікаційні технології і інформаційні системи управління підприємством                     | 1               |
| 3     | Тема 3. Інфраструктура ІКТ та забезпечення доступу до них: інтернет, мережі і мобільні платформи         | 2               |
| 4     | Тема 4. Маркетингові та рекламні концепції телекомунікаційних технологій                                 | 2               |
| 5     | Тема 5. Соціальний, мобільний, і локальний маркетинг   | 2               |
| 6     | Тема 6. Організація і засоби інформаційних технологій забезпечення управлінської діяльності підприємства | 2               |
| 7     | Тема 7. Роздрібна торгівля: онлайн продажі та послуги  | 2               |
| 8     | Тема 8. Онлайн-контент і медіа   | 2               |
| 9     | Тема 9. Соціальні мережі, аукціони і портали   | 2               |
| 10    | Тема 10. Управління ланцюгами постачання й мережеві ринки  | 2               |
|       | Разом  | 18              |

#### 5. Завдання для самостійної роботи

Самостійна робота студента включає: опрацювання навчального матеріалу, виконання індивідуальних завдань і науково-дослідної роботи.

Зміст самостійної роботи студента над кожною темою дисципліни визначається кількістю годин на підготовку до:

- 2 година на підготовку до кожної аудиторної лекції;
- 2–3 години на підготовку до кожного практичного заняття;
- 30–40 годин на підготовку до заліку (по 3–4 години на кожен тему).

| № з/п | Види, зміст самостійної роботи   | Кількість годин |              |
|-------|--|-----------------|--------------|
|       |  | денна форма     | заочна форма |
|       | <b>Розділ 1.</b> Теоретичні засади використання інформаційних систем та технологій у бізнесі |                 |              |
| 1     | Функціональні підсистеми інформаційних систем  | 6               | 10           |
| 2     | Фактори зниження витрат при використанні електронної комерції                                | 7               | 11           |
| 3     | Потенційні можливості Інтернету майбутнього  | 8               | 11           |
| 4     | Витрати і переваги інтернет-маркетингових комунікацій  | 8               | 10           |
| 5     | Маркетингові можливості соціальних маркетингових платформ                                    | 8               | 11           |
|       | <b>Розділ 2.</b> Застосування інформаційних систем і технологій в різних секторах            |                 |              |
| 6     | Інформаційні технології організаційного розвитку   | 6               | 10           |
| 7     | Тенденції в онлайн-індустрії фінансових послуг   | 8               | 11           |
| 8     | Ключові фактори, що впливають на індустрію онлайн-розваг                                     | 7               | 10           |



|    |  |    |     |
|----|--|----|-----|
| 9  | Основні типи інтернет-порталів та їх бізнес-моделі | 8  | 11  |
| 10 | Характеристики та типи мережевих ринків            | 8  | 11  |
|    | Разом  | 74 | 106 |

## 6. Індивідуальні завдання

*Індивідуальне науково-дослідне завдання (ІНДЗ)* – є обов’язковою частиною самостійної роботи студента і полягає в проведенні науково-дослідної роботи за обраним напрямком.

ІНДЗ з дисципліни «Інформаційно-комунікаційні технології у бізнесі» проводяться з метою:

- закріплення студентом теоретичних знань, отриманих на лекційних заняттях або в результаті самостійного вивчення необхідного матеріалу;
- отримання практичних навиків проведення науково-дослідної роботи;
- проведення попереднього контролю знань, умінь і навичок студентів.

Основним завданням ІНДЗ є аналіз моделей і прикладів взаємодії учасників електронного бізнесу (B2B; B2C; B2G; C2C), а також набуття студентами практичних навиків побудови веб-сайтів.

ІНДЗ складається з двох основних частин:

I. Описання моделей і прикладів взаємодії учасників електронного бізнесу (B2B; B2C; C2C; B2G).

Знайдіть приклад, кожного з чотирьох типів бізнес-моделей (B2B; B2C; C2C; B2G) для торгівлі в Інтернеті. Підготуйте короткий звіт, що описує кожну компанію, і чому вона є прикладом конкретної бізнес-моделі. Для цього виберіть компанію електронної комерції (для кожної типу бізнес-моделей окремо), відвідайте її веб-сайт та опишіть її бізнес-модель на основі інформації, яку ви там знайдете. Визначте ринок, на якому вона працює, хто її основні конкуренти, будь-які порівняльні переваги, які, на вашу думку, належать компанії, і яка її ринкова стратегія. Також спробуйте знайти інформацію про управлінську команду і організаційну структуру компанії.

Підготуйте презентацію, яка пояснює, чому кожен з ваших прикладів компанії повинен бути віднесений до того чи іншого типу бізнес-моделі.

II. Побудова веб-сайту із використанням конструкторів сайтів, наприклад Wix (<https://www.wix.com>) або Weebly (<https://www.weebly.com>).

Виберіть сегмент роздрібної торгівлі електронної комерції B2C, такий як товари для домашніх тварин, спортивні товари, іграшки і т.п. Перейдіть на веб-сайт Wix (<https://www.wix.com>) або Weebly (<https://www.weebly.com>) чи іншого постачальника за вашим вибором, який дозволяє вам створити простий веб-сайт з електронною адресою для безкоштовного ознайомчого періоду. Створіть веб-сайт для «своєї компанії».

Сайт повинен містити не менше чотирьох сторінок, включаючи домашню сторінку, сторінку продукту, кошик і сторінку контакту. Додатковий бал буде надано за додаткову складність і креативність.

Підготуйте презентацію, яка демонструє результати роботи із обраним конструктором сайтів, використовуючи графічні зображення створеного сайту у вигляді Print Screen його основних сторінок (включаючи домашню сторінку, сторінку продукту, кошик і сторінку контакту).

Написання ІНДЗ має сприяти глибшому засвоєнню студентами дисципліни ,

спонукає до ґрунтовного закріплення й перевірки знань, отриманих студентами в процесі вивчення навчального матеріалу, уміння застосовувати на практиці методи дослідження явищ і процесів.

## 7. Методи контролю

Оцінювання знань, умінь та навичок студентів включає ті види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни «Інформаційно-комунікаційні технології у бізнесі» передбачають лекційні, практичні заняття, самостійну роботу та виконання ІНДЗ.

Перевірка та оцінювання знань студентів проводиться в наступних формах:

- оцінювання роботи і знань студентів під час практичних занять;
- оцінювання виконання ІНДЗ;
- написання залікової роботи.

*Поточне оцінювання* знань студентів здійснюється під час проведення практичних, і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Об'єктами поточного контролю є:

- активність та результативність роботи студента протягом семестру над вивченням програмного матеріалу дисципліни;
- відвідування занять;
- виконання ІНДЗ;
- складання проміжного контролю за розділом.

Контроль систематичного виконання самостійної роботи та активності на практичних заняттях проводиться за такими критеріями:

- розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;
- ступінь засвоєння фактичного матеріалу навчальної дисципліни;
- ознайомлення з рекомендованою літературою, а також із сучасною літературою з питань, що розглядаються;
- уміння поєднувати теорію із практикою при розгляді практичних ситуацій, розв'язанні задач, проведенні розрахунків при виконанні індивідуальних завдань, та завдань, винесених на розгляд в аудиторії;
- логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і при виступах в аудиторії, уміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки.

Оцінювання знань студента під час виконання завдань для самостійної роботи проводиться за чотирирівневою шкалою.

Оцінка «відмінно» ставиться за умови відповідності виконаного завдання студента або його усної відповіді до всіх зазначених критеріїв. Відсутність тієї чи іншої складової знижує оцінку.

При оцінюванні практичних занять увага приділяється також їх якості та самостійності, своєчасності здачі виконаних завдань викладачу (згідно з графіком навчального процесу). Якщо якась із вимог не буде виконана, то оцінка буде знижена.

*Проміжний контроль* рівня знань передбачає виявлення опанування студентом лекційного матеріалу та вміння застосування його для вирішення практичної ситуації й проводиться у вигляді тестування. При цьому тестове завдання може містити як запитання, що стосуються суто теоретичного матеріалу, так і запитання, спрямовані на вирішення невеличкого практичного завдання.

*Підсумковий контроль* передбачає складання заліку з усього курсу.

## 8. Схема нарахування балів

Структура засобів контролю та розподіл балів із дисципліни «Інформаційно-комунікаційні технології у бізнесі» наведена нижче.

### Структура засобів контролю з навчальної дисципліни

| Назви Розділів і тем   |  | Види та засоби контролю | Розподіл балів |
|--|--|-------------------------|----------------|
| <b>Розділ 1.</b> Теоретичні засади використання інформаційних систем та технологій у бізнесі | Тема 1. Сутність інформаційних систем та інформаційних технологій, історичний аспект розвитку            | Тестування              | 4              |
|  | Тема 2. Телекомунікаційні технології і інформаційні системи управління підприємством                     | Практичне завдання      | 4              |
|  | Тема 3. Інфраструктура ІКТ та забезпечення доступу до них: інтернет, мережі і мобільні платформи         | Практичне завдання      | 4              |
|  | Тема 4. Маркетингові та рекламні концепції телекомунікаційних технологій                                 | Практичне завдання      | 4              |
|  | Тема 5. Соціальний, мобільний, і локальний маркетинг   | Практичне завдання      | 4              |
| <b>Розділ 2.</b> Застосування інформаційних систем і технологій в різних секторах            | Тема 6. Організація і засоби інформаційних технологій забезпечення управлінської діяльності підприємства | Практичне завдання      | 4              |
|  | Тема 7. Роздрібна торгівля: онлайн продажі та послуги  | Практичне завдання      | 4              |
|  | Тема 8. Онлайн-контент і медіа   | Практичне завдання      | 4              |
|  | Тема 9. Соціальні мережі, аукціони і портали   | Практичне завдання      | 4              |
|  | Тема 10. Управління ланцюгами постачання й мережеві ринки  | Практичне завдання      | 4              |
|  | Індивідуальне науково-дослідне завдання  | Написання та захист     | 20             |
|  | Підсумковий контроль знань   | Залікова робота         | 40             |
|  | Разом за семестр   |                         | 100            |

## Узагальнена схема нарахування балів

| Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання |    |    |    |    |          |    |    |    |     | ІНДЗ, передбачене навчальним планом | Разом | Залікова робота | Сума |
|--|----|----|----|----|----------|----|----|----|-----|-------------------------------------|-------|-----------------|------|
| Розділ 1   |    |    |    |    | Розділ 2 |    |    |    |     |                                     |       |                 |      |
| T1   | T2 | T3 | T4 | T5 | T6       | T7 | T8 | T9 | T10 |                                     |       |                 |      |
| 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4        | 4  | 4  | 4  | 4   | 20                                  | 60    | 40              | 100  |

T1, T2 ... – теми розділів.

*Підсумковий контроль за курсом – у формі заліку.*

До складання заліку допускають студентів, що мають задовільну кількість балів із складених тестів з основних навчальних елементів розділу, написання та захисту індивідуального науково-дослідного завдання та інших завдань передбачених програмою дисципліни.

Залік здійснюється за заліковими завданнями, які містять три питання (два теоретичних питання і одне практичне завдання) і тести (рис.1). Вони дають можливість здійснити оцінювання знань студента за дисципліною. Залікове завдання оцінюється за дворівневою шкалою.

| <b>Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна</b>   |                          |
|--|--------------------------|
| Факультет  | <u>економічний</u>       |
| Спеціальність (напрямок)   | 051 « <u>Економіка</u> » |
| Спеціалізація  | Семестр 3                |
| Форма навчання   | <u>денна</u>             |
| Рівень вищої освіти (освітньо-кваліфікаційний рівень):   | <u>магістр</u>           |
| Навчальна дисципліна: « <b>Інформаційні системи та технології у бізнесі</b> »                                    |                          |
| <b>Залікове завдання № <u>3*</u></b>   |                          |
| 1. Роль і місце інформаційних систем у бізнесі.  |                          |
| 2. Типи соціальних мереж та інтернет-порталів і їх бізнес-моделі.  |                          |
| 3. Ситуаційна задача.  |                          |
| 4. Тести.  |                          |
| * За завдання 1 і 2 – по 7 балів, за завдання 3 – 16 балів, за завдання 4 – 10 балів. Всього – <b>40 балів</b> . |                          |

Рисунок 1– Зразок залікового завдання

*Критерії оцінок на заліку:*

Оцінювання знань студента проводиться за дворівневою шкалою (відмінно, добре, задовільно – зараховано, незадовільно – не зараховано). За залік студент може отримати максимум 40 балів:

1. Для отримання оцінки «відмінно» (35–40 балів) студент повинен:

- укластися у встановлений строк підготовки відповіді;
- викласти теоретичний матеріал чітко, коротко, зв'язно й обґрунтовано;

- навести вірне рішення задачі та тестів.
2. Для одержання оцінки «добре» (25–34 бала) студент повинен:
- укластися у встановлений строк підготовки відповіді;
  - викласти теоретичний матеріал зв'язно й обґрунтовано;
  - навести вірне рішення задачі;
  - можливі помилки у відповідях на тести.
3. Для отримання оцінки «задовільно» (15–24 бала) студент повинен:
- викладати теоретичний матеріал у доступній для розуміння формі;
  - можливі помилки при розв'язанні задачі та в тестах.
4. Оцінку «незадовільно» (1–14 балів) отримують студенти, відповіді яких можуть бути оцінені нижче вимог, сформульованих у попередніх пунктах.

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни визначається як загальна оцінка, яка враховує оцінки з кожного виду контролю (оцінки проміжного контролю за роботу протягом семестру та оцінка за результатами підсумкового заліку).

У відповідності до набраних студентом балів оцінка знання матеріалу проводиться за дворівневою системою згідно з Методикою переведення показників успішності знань студентів.

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни «Інформаційні системи та технології у бізнесі» визначається як загальна оцінка, яка враховує оцінки з кожного виду контролю (оцінки проміжного контролю за роботу протягом семестру та оцінка за результатами написання залікової роботи).

### **Шкала оцінювання**

| Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру | Оцінка                              |                                  |
|--|-------------------------------------|----------------------------------|
|  | для чотирирівневої шкали оцінювання | для дворівневої шкали оцінювання |
| 90–100   | відмінно                            | зараховано                       |
| 70–89  | добре                               |                                  |
| 50–69  | задовільно                          |                                  |
| 1–49   | незадовільно                        | не зараховано                    |

## **9. Рекомендована література**

### **Основна література**

1. Chaffey D. Digital business and e-commerce management: strategy, implementation and practice. Sixth edition. Harlow, England : Pearson, 2015. 712 p.
2. Information Technology – New Generations: 15th International Conference on Information Technology /Ed by Sh. Latifi. Springer, 2018. 818 p.
3. Jakobs K. Information Communication Technology Standardization for E-Business Sectors: Integrating Supply and Demand Factors: Integrating Supply and Demand Factors . IGI Global, 2009. 315 p.
4. Ricciardi F., Harfouche A. Information and Communication Technologies in Organizations and Society: Past, Present and Future Issues Lecture Notes in Information

Systems and Organisation. Springer, 2016. 336 p.

### **Допоміжна література**

1. ДСТУ 3008:2015. Звіти у сфері науки і техніки. Структура та правила оформлювання. Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2016. 26 с.
2. ДСТУ 8302:2015. Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання. Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2016. 17 с.
3. Turban E., Whiteside J., King D., Outland J. Introduction to Electronic Commerce and Social Commerce. 4th edition. Springer, 2017. 435 p.
4. Turban E., Outland J., King D., Lee J.K., Liang T.-P., Turban D.C. Electronic Commerce 2018 A Managerial and Social Networks Perspective. 9th edition. Springer, 2017. 636 p.

### **10. Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відео-лекції, інше методичне забезпечення**

1. Інформаційний портал // Офіційний сайт Верховної Ради України. URL: <http://www.rada.gov.ua> (дата звернення: 01.09.2018).
2. Офіційний веб-портал Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації. URL: <http://www.nkrzi.gov.ua/index.php?r=site/index&pg=2&language=uk> (дата звернення: 01.09.2018).
3. ICT Data // Official website of International Telecommunication Union (ITU). URL: <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx> (дата звернення: 1.09.2018).
4. In search of cross-border e-commerce Trade Data : UNCTAD technical note on ICT forDevelopment // UNCTAD. URL: [http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tn\\_unctad\\_ict4d06\\_en.pdf](http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tn_unctad_ict4d06_en.pdf) (дата звернення: 1.09.2018).
5. Measuring the Information Society Report 2017 // Official website of International Telecommunication Union (ITU). URL: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/publications/mis2017.aspx> (дата звернення: 01.09.2018).
6. Primer Series on ICTD for Youth // Official website of United Nations Asian and Pacific Training Centre for Information and Communication Technology for Development (UN-APCICT). URL: <http://www.unapcict.org/pr> (дата звернення: 01.09.2018).
7. UN Comtrade Database // United Nations. URL: <http://comtrade.un.org> (дата звернення: 01.09.2018).