



Навчальна дисципліна

Системи інформаційних бізнес-комунікацій

Спеціальності: 051 Економіка, 071 Облік і оподаткування, 072 Фінанси, банківська справа та страхування, 073 Менеджмент, 075 Маркетинг, 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність, 281 Публічне управління та адміністрування, 292 Міжнародні економічні відносини

Рівень вищої освіти	<i>другий (магістерський)</i>
Статус дисципліни	<i>вибіркова</i>
Обсяг дисципліни	150 годин / 5 кредитів ЄКТС
Мова викладання	<i>українська</i>
Що буде вивчатися (предмет вивчення)	Теоретичні основи комунікаційної діяльності в системі бізнесу та маркетингу, нормативно-правова база комунікаційного процесу, загальна система закономірностей, принципів та методів у сфері бізнес-комунікацій, комунікаційні підходи та технології інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень в системі бізнесу та маркетингу
Чому це цікаво/треба вивчати (мета)	Курс спрямований на формування та розвиток у студентів знань, вмінь та навичок інформаційно-комунікативної роботи в системі бізнесу та маркетингу. Набуті знання, вміння та навички дозволять ефективно налагоджувати інформаційно-комунікативні канали, приймати науково-обґрунтовані оперативні управлінські рішення на основі застосування інноваційних наукових підходів, методів, технологій та алгоритмів.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	У результаті вивчення навчальної дисципліни буде отримано: 1) систему знань щодо теорії комунікаційного процесу та основних тенденцій розвитку комунікацій; основних понять і термінів інформаційно-комунікаційної системи у сфері бізнесу та маркетингу; нормативно-правової бази регулювання інституту комунікацій в системі бізнесу та маркетингу; стандартних процедур, які використовуються у комунікативній діяльності органів управління в системі бізнесу та маркетингу; особливостей практичного використання сучасних інформаційно-комунікаційних підходів та моделей прийняття рішень в системі бізнесу та маркетингу; перспектив розвитку комунікаційних технологій в сфері бізнесу та маркетингу; 2) систему вмінь щодо застосування інформаційно-аналітичного забезпечення в процесі здійснення ефективних бізнес-комунікацій у сфері маркетингу; оцінювання необхідності актуалізації інформаційно-комунікативних механізмів у конкретних ситуаціях; визначення проблемних питань бізнес-комунікацій в системі маркетингу; використання інформаційно-комунікативних механізмів для полегшення реалізації управлінських ініціатив як на етапі розробки, так і на етапі реалізації маркетингових рішень; створення нових комунікаційних каналів з метою ефективного інформування бізнес-партнерів про діяльність організації.
Пререквізити	Маркетингова політика розподілу. Інформаційні системи в економіці та маркетингу
Кореквізити	Інформаційні технології та цифрові комунікації для налагодження співробітництва та ефективної взаємодії організації з бізнес-партнерами на мікро- та макрорівнях. Моделі, методи та інформаційні технології для здійснення бізнес-комунікаційних зв'язків в умовах визначеності та невизначеності, ризиків та конфліктів
Організація навчання	Види занять: лекції, практичні заняття. Форми здобуття освіти: очна (денна). Форми контролю: поточний (теоретичні опитування й розв'язання практичних завдань) та підсумковий (семестровий) контроль (залік).
Кафедра	Економіки, маркетингу та міжнародних економічних відносин
Факультет	Програмної інженерії та бізнесу

Викладач		ПІБ	Головань Дмитро Владиславович
		Посада	доцент
		Вчене звання	доцент
		Науковий ступінь	кандидат технічних наук
		e-mail	mit1972@ukr.net
		Персональна сторінка	https://faculty6.khai.edu/uk/site/golovan-dmitrii-vladislav.html
Посилання на електронні матеріали курсу	http://library.khai.edu/library/fulltexts/doc/IT_V_Praktici_Ekonomichnih.pdf		
Посилання на робочу програму (силабус)			