

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ОДЕСЬКА ЮРИДИЧНА АКАДЕМІЯ»
КАФЕДРА КІБЕРБЕЗПЕКИ

Горбаченко С.А.

Куклінова Т.В.

ПРАКТИКУМ

з дисципліни

«ОСНОВИ ІТ-БІЗНЕСА»

для здобувачів І курсу всіх форм навчання

спеціальності 073 «Менеджмент»

ОП «ІТ-менеджмент та маркетинг»

ОДЕСА 2024

УДК 338.5
М26

*Рекомендовано навчально-методичною радою
Національного університету «Одеська юридична академія»
(протокол № від 2024 року)*

Автори:

Горбаченко Станіслав Анатолійович – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри кібербезпеки Національного університету «Одеська юридична академія», ORCID: 0000-0001-8442-9581

Куклінова Тетяна Вікторівна - кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри кібербезпеки Національного університету «Одеська юридична академія», ORCID: 0000-0002-1370-2883

Рецензенти:

Кібік Ольга Миколаївна – завідувач кафедри національної економіки Національного університету «Одеська юридична академія», доктор економічних наук, професор, академік Транспортної академії України

Нечева Наталя Іванівна – кандидат економічних наук, доцент Одеський національний економічний університет

Практикум з дисципліни «Основи іт-бізнесу» для здобувачів I курсу денної форми навчання спеціальності 073 «Менеджмент» ОП «ІТ-менеджмент та маркетинг» [Електронне видання] / С.А. Горбаченко, Т.В. Куклінова; кафедра кібербезпеки НУ «Одеська юридична академія». - Одеса, 2024. - 26 с.

Практикум з дисципліни «Основи іт -бізнесу» спрямований на розуміння основ організації бізнесу в іт-сфері, а також отримати знання про іт-послуги, інтернет-торгівлю, бізнес у соціальних мережах, інтернет-маркетинг, рекламу та державне регулювання іт-бізнесу. Крім теоретичних знань, учасники будуть залучені до вирішення реальних кейсів та практичних завдань, що допоможе їм засвоїти навички роботи. Практичний характер курсу дозволить учасникам отримати досвід, який можна буде застосувати в майбутній реальній практиці у різних галузях іт-бізнесу.

**УДК 338.5
М26**

© С.А. Горбаченко, Т.В. Куклінова
© Національний університет «Одеська юридична академія»

ЗМІСТ

Стор.

ВСТУП.....	4
Тема 1 Сутність та функції it бізнесу.....	5
Тема 2 Організація роботи продуктових компаній.....	6
Тема 3 Організація роботи аутсорсингових компаній.....	9
Тема 4 It-послуги.....	11
Тема 5 Інтернет торгівля.....	15
Тема 6 Бізнес у соціальних мережах.....	17
Тема 7 Інтернет-маркетинг та реклама.....	18
Тема 8 Державне регулювання it-бізнесу.....	20
Рекомендований перелік джерел.....	24

ВСТУП

Вивчення дисципліни «Основи ІТ бізнесу» дозволяє здобувачам отримати ключові знання та навички, необхідні для успішної кар'єри в цифровій епохі та швидкозмінному середовищі підприємництва. Актуальність вивчення дисципліни зумовлена необхідністю: формування у здобувачів підприємницьких здібностей в ІТ-сфері, дослідження різноманіття напрямів та сфер комерційної діяльності в ІТ сегменті, розуміння економічних процесів, що відбуваються в ІТ середовищі.

Метою розробки практикуму є закріплення та поглиблення теоретичних знань, здобутих здобувачем у процесі вивчення курсу, у вмінні самостійно працювати з навчальною, спеціальною літературою. Під час рішення завдань здобувач повинен вивчати літературні джерела, де розглядаються питання з обраної теми, користуватися літературними джерелами з наведеного списку, конспектом лекцій з дисципліни «Основи ІТ-бізнесу».

У дисципліні «Основи ІТ-бізнесу» розглядаються теоретичні, методологічні та практичні аспекти бізнес-середовища та бізнес-процесів в ІТ сфері.

Практикум складено відповідно до програми навчальної дисципліни, розроблено на основі вимог галузевого стандарту вищої освіти й освітньопрофесійної програми підготовки здобувачів першого рівня навчання.

Тема 1. Сутність та функції іт бізнесу

Практичне заняття 1

Мета практичного заняття на тему «Сутність та функції ІТ бізнесу» полягає в тому, щоб забезпечити студентам розуміння основних принципів діяльності ІТ-бізнесу, його ключових функцій та ролі в економіці. Завданням є сформувати у студентів знання про різні типи ІТ-компаній, інформаційні продукти і послуги, а також про функції, що забезпечують ефективну роботу таких компаній.

Питання для обговорення

1. Що таке іт-бізнес?
2. Назвіть його основні функції?
3. Що охоплює іт-бізнес"?
4. Назвіть основні сфери іт-бізнесу.
5. Охарактеризуйте роль іт-бізнесу в сучасній економіці
6. Охарактеризуйте особливості ведення іт -бізнесу.

Завдання 1

Опис завдання:

Робота в малих групах. Здобувачі досліджують діяльність різних видів іт -компаній (наприклад, розробка програмного забезпечення, іт -консалтинг, хмарні послуги, стартапи).

Ціль: Зрозуміти, які типи компаній існують на ринку ІТ.

Кроки:

1. Виберіть один тип іт -компанії.
2. Опишіть її особливості, основні продукти чи послуги.
3. Знайдіть приклади відомих компаній.
4. Коротко подайте результати у формі звіту або презентації.

Завдання 2:

Опис завдання:

Робота в малих групах. Визначте, як інформаційні технології впливають на звичайні (не іт) бізнеси.

Мета: Вивчити вплив іт на процеси управління, маркетинг, продаж та інші сфери традиційних компаній.

Кроки:

1. Виберіть конкретну галузь (наприклад, роздрібна торгівля, медицина, транспорт).
2. Опишіть, як іт-технології змінили роботу компаній у цій сфері.
3. Наведіть приклади технологій, які компанія використовує для підвищення ефективності (наприклад, CRM-системи, інтернет-магазини).

Підготовка презентації: кожна група студентів має підготувати коротку презентацію, в якій вони представлять свої дослідження та висновки щодо ціноутворення на ринку обраного продукту або послуги.

Ці завдання дозволяє здобувачам застосувати теоретичні знання про it - бізнес на практиці та розвиває їх аналітичні та комунікативні навички.

Тестові завдання з теми.

1. *Тип it-компаній, що займається розробкою власних продуктів:*

- a) Аутсорсингові компанії
- b) Продуктові компанії
- c) Консалтингові компанії
- d) Маркетингові агентства

2. *Основною перевагою продуктових it-компаній є:*

- a) Гнучкість у виконанні зовнішніх замовлень
- b) Контроль над кінцевим продуктом і його монетизацією
- c) Менші витрати на розробку
- d) Низька залежність від інновацій

3. *Прикладом інформаційних продуктів є:*

- a) Комп'ютерне обладнання
- b) Програмне забезпечення
- c) Логістичні послуги
- d) Консультації з маркетингу

4. *Який з наведених прикладів є інформаційною послугою:*

- a) Створення вебсайту для клієнта
- b) Продаж ноутбуків
- c) Виробництво серверів
- d) Налаштування локальної мережі

Тема 2. Організація роботи продуктових компаній

Практичне заняття 2

Мета практичного заняття на тему **«Організація роботи продуктових компаній»** полягає в тому, щоб дати студентам розуміння організації роботи продуктових компаній.

Питання для обговорення

1. Які ключові особливості відрізняють продуктові it-компанії від аутсорсингових компаній?
2. У чому полягає основна мета продуктових it-компаній?

3. Які основні недоліки продуктових компаній?
4. Які основні переваги продуктових компаній у порівнянні з аутсорсинговими компаніями?
5. Чому контроль над розробкою продукту є важливим для продуктових компаній?

Завдання

Опис завдання: Робота у малих групах. Придумайте проблему, яку можна вирішити за допомогою ІТ. Придумайте ідею продукту чи сервісу на вирішення цієї проблеми. Опишіть, як виглядатиме ваш стартап, хто ваші потенційні клієнти і як ви зароблятимете. Подайте ідею у вигляді короткого опису. аудиторією. Після кожної презентації проводиться обговорення, під час якого інші здобувачі можуть задавати запитання та висловлювати свої думки.

Це завдання допоможе здобувачам застосувати теоретичні знання про продуктових компаній на практиці та розвинути їх аналітичні та вміння працювати у команді.

Тестові завдання з теми.

1. Продуктові компанії займаються:

- a) Виробництвом продовольчих товарів
- b) Розробкою власних іт-продуктів та послуг для ринку
- c) Виконанням замовлень клієнтів
- d) Наданням консалтингових послуг

2. Основною метою продуктової ІТ-компанії є:

- a) Виконання замовлень інших компаній
- b) Розробка та монетизація власних продуктів чи послуг
- c) Надання хостингових послуг
- d) Виробництво комп'ютерного обладнання

3. Перевагою продуктових компаній є:

- a) Робота на замовлення різних клієнтів
- b) Стабільність проєктів та орієнтація на кінцевого користувача
- c) Часті зміни в роботі та проєктах

d) Відсутність необхідності маркетингу

4. Яка компанія є продуктовою IT-компанією?

- a) Google
- b) АТБ
- c) Accenture
- d) Facebook

5. Основною рисою продуктової компанії є:

- a) Виконання проектів на замовлення
- b) Розробка, впровадження та підтримка власних продуктів
- c) Надання логістичних послуг
- d) Консалтинг для клієнтів

6. Продуктові компанії здебільшого орієнтуються на:

- a) Проектні замовлення від великих корпорацій
- b) Створення і масштабування власних продуктів для широкого ринку
- c) Надання технічної підтримки клієнтам
- d) Роботу з інвесторами для розширення асортименту

7. Основна перевага роботи в стартапах полягає в:

- a) Великому обсязі бюрократії
- b) Можливості отримати різнобічний досвід та швидкий професійний ріст
- c) Стабільності фінансування
- d) Мінімальній конкуренції на ринку

8. Що є прикладом продукту продуктової IT-компанії?

- a) продовольчий продукт

- b) Мобільний додаток
- c) Логістичне рішення для постачальників
- d) Комп'ютерне обладнання

9. Важливою конкурентною перевагою продуктивних ІТ-компаній є:

- a) Можливість виконувати замовлення різних клієнтів
- b) Контроль над усіма етапами розробки продукту
- c) Відсутність необхідності інвестувати у дослідження та розробки
- d) Надання широкого спектра аутсорсингових послуг

Тема 3. Організація роботи аутсорсингових компаній

Практичне заняття 3

Мета практичного заняття на тему «Організація роботи аутсорсингових компаній» є надання студентам теоретичних знань та практичних навичок у сфері організації роботи аутсорсингових компаній.

Питання для обговорення

1. У чому полягають основні переваги роботи аутсорсингових компаній у порівнянні з продуктивними компаніями?
2. Які фактори впливають на вибір іноземними компаніями аутсорсингових ІТ-компаній у певних країнах?
3. Як аутсорсингові компанії забезпечують якість і безпеку даних своїх клієнтів під час роботи над проєктами?
4. Які недоліки аутсорсингових компаній?
5. Коли буде доцільним самостійний найм іт-персоналу?
6. Як краще найняти персонал: самостійно або через аутсорсингову компанію?

Завдання Презентація аутсорсингової компанії

Питання для опрацювання і підготовки групової презентації	Склад малої робочої групи (прізвище, ім'я та по батькові)
1.	
2.	
3.	

Примітка: Найкращі презентації можуть бути використані як основа для підготовки доповіді на наукову студентську конференцію.

Тестові завдання з теми.

1. Що таке аутсорсинг?

- a) Процес передачі бізнесу іншій компанії
- b) Передача завдань чи функцій іншій компанії для виконання
- c) Самостійний найм персоналу
- d) Повний контроль бізнесу всередині компанії

2. Які причини обумовлюють вибір аутсорсингу для українських компаній?

- a) Відсутність відповідних фахівців у команді
- b) Сезонні завдання
- c) Обмежені можливості утримання великого штату
- d) Усі перелічені причини

3. Що означає поняття "аутсорсингова компанія"?

- a) Компанія, що повністю управляє бізнесом замовника
- b) Компанія, що надає персонал для виконання певних завдань
- c) Компанія, що займається лише виробництвом
- d) Компанія, яка лише надає консультації

4. Які основні послуги надають аутсорсингові компанії?

- a) Рекрутинг, адміністративне управління, розвиток персоналу
- b) Виробництво обладнання
- c) Транспортне обслуговування клієнтів
- d) Юридичні послуги

5. Яка з переваг використання аутсорсингу допомагає мінімізувати витрати?

- a) Досвід і база кваліфікованих кадрів
- b) Можливість зменшити адміністративні витрати
- c) Відсутність необхідності постійного найму
- d) Усі перелічені варіанти

6. В яких випадках самостійний найм персоналу є більш доцільним?

- a) Коли потрібні сезонні працівники
- b) Коли потрібно зберегти конфіденційність та контроль над процесами
- c) Коли бізнесу потрібна гнучкість
- d) Коли компанія планує зменшити витрати на персонал

Який з ризиків може виникнути при зверненні до аутсорсингової компанії?

- a) Втрата контролю
- b) Збільшення витрат
- c) Зниження якості роботи
- d) Усі перелічені варіанти

Які функції найчастіше передають на ІТ-аутсорсинг?

- a) Кібербезпека, розробка ПЗ, обслуговування ІТ-інфраструктури
- b) Реклама, маркетинг, закупівлі
- c) Юридичний супровід, виробництво
- d) Консультації, транспорт

Тема 4. ІТ послуги **Практичне заняття 4**

Мета практичного заняття по темі "ІТ послуги": навчити студентів розрізняти види ІТ послуг, аналізувати їх переваги та недоліки, оцінювати доцільність застосування в бізнесі, використовуючи реальні кейси.

Питання для обговорення

1. Що таке ІТ послуги?
2. Які ІТ послуги ви знаєте?
3. Які основні переваги та ризики використання ІТ послуг для бізнесу?
4. Як вибрати надійного постачальника ІТ послуг?
5. Які види ІТ послуг найчастіше передають на аутсорсинг, і чому?

Завдання

Завдання Робота в малих групах. Оберіть ІТ послугу, зробіть презентацію.

Питання для опрацювання і підготовки групової презентації	Склад малої робочої групи (прізвище, ім'я та по батькові)

Що таке ІТ послуги?

- a) Продаж програмного забезпечення
- b) Набір персоналу

- c) Надання послуг, пов'язаних з інформаційними технологіями
- d) Розробка вебсайтів

Які з наведених є прикладом ІТ послуг?

- a) Кібербезпека
- b) Маркетинг
- c) Бухгалтерія
- d) Клінінг

Основною перевагою ІТ послуг є:

- a) Підвищення витрат
- b) Зниження ризиків безпеки
- c) Оптимізація роботи бізнесу
- d) Збільшення потреб у навчанні

Які ІТ послуги надають аутсорсингові компанії?

- a) Юридичне консультування
- b) Розробка програмного забезпечення
- c) Логістика
- d) Бухгалтерія

Що таке аутсорсинг ІТ послуг?

- a) Впровадження ІТ-рішень у бізнесі
- b) Передача ІТ-задач зовнішній компанії
- c) Наймання ІТ-спеціалістів у штат
- d) Використання новітніх технологій

Які з перелічених видів ІТ послуг зазвичай передають на аутсорсинг?

- a) Розробка ПЗ, кібербезпека, обслуговування інфраструктури
- b) Маркетинг, продажі, реклама
- c) Офісна підтримка, доставка
- d) Навчання, розвиток персоналу

Яке значення має IT-аутсорсинг для малого бізнесу?

- a) Збільшує витрати на персонал
- b) Дає доступ до експертних навичок без найму в штат
- c) Ускладнює облік ресурсів
- d) Зменшує якість послуг

Який ризик може виникнути при співпраці з IT аутсорсинговою компанією?

- a) Підвищення кваліфікації персоналу
- b) Втрата контролю над процесами
- c) Зниження витрат
- d) Підвищення безпеки даних

Який вид IT послуг пов'язаний з кібербезпекою?

- a) Маркетинг
- b) Захист даних та систем
- c) Розробка логістичних рішень
- d) Керування персоналом

Яка основна функція IT-консалтингу?

- a) Підбір персоналу
- b) Надання порад щодо оптимізації IT-процесів
- c) Маркетингові послуги
- d) Операційне управління

Тема 5. Інтернет торгівля

Практичне заняття 5

Мета практичного заняття по темі "Інтернет торгівля" - ознайомити студентів з основами інтернет-торгівлі, її перевагами та викликами, а також специфікою в умовах глобалізації

Питання для обговорення

1. Які основні переваги інтернет-торгівлі порівняно з традиційними формами продажу?
2. Які виклики стоять перед підприємцями, які займаються інтернет-торгівлею?
3. Які ключові фактори успіху для стартапів у сфері інтернет-торгівлі?
4. Як впливають зміни у поведінці споживачів на ринок інтернет-торгівлі?
5. Як забезпечити безпеку транзакцій і захистити дані споживачів в інтернет-торгівлі?
6. Як зміна законодавства впливає на діяльність інтернет-магазинів?
7. Які можливості відкриває дропшипінг для малих підприємств?
8. Які тенденції в інтернет-торгівлі слід очікувати в найближчі роки?

Завдання

Створіть бізнес-план для інтернет-магазину, що спеціалізується на дропшипінгу. У вашому плані повинні бути включені:

- Опис бізнес-ідеї
- Цільова аудиторія
- Асортимент товарів
- Постачальники та партнери
- План маркетингу
- Представте свій бізнес-план у формі презентації

Тестові завдання з теми.

Що таке дропшипінг?

- A) Метод доставки товарів
- B) Бізнес-модель, де продавець не тримає товар на складі
- C) Спосіб реклами товарів
- D) Модель оплати товарів

Яка з наведених платформ є популярною для дропшипінгу?

- A) Shopify
- B) Instagram

- C) Facebook
- D) LinkedIn

Який основний перевага дропшипінгу?

- A) Високі початкові витрати
- B) Низький ризик інвестицій
- C) Необхідність мати склад
- D) Висока конкуренція

Що є важливим у виборі постачальника для дропшипінгу?

- A) Його географічне розташування
- B) Якість товарів і надійність
- C) Реклама в соціальних мережах
- D) Кількість товарів на складі

Який метод залучення клієнтів є найефективнішим для інтернет-торгівлі?

- A) Друковані оголошення
- B) Соціальні мережі
- C) Телефонні дзвінки
- D) Реклама на радіо

Який з наведених елементів не є частиною інтернет-торгівлі?

- A) Веб-сайт
- B) Витрати на доставку
- C) Прямий продаж на ринку
- D) Оплата онлайн

Який тип маркетингу найчастіше використовують для дропшипінгових бізнесів?

- A) Email-маркетинг
- B) Прямий маркетинг
- C) Традиційна реклама
- D) Спонсорство

Який з наведених способів є формою онлайн-платежу?

- A) Готівка при доставці
- B) Банківський переказ
- C) Платіжна картка
- D) Чек

Яка з наведених платформ є найбільшою соціальною мережею для бізнесу?

- A) Pinterest
- B) TikTok
- C) LinkedIn
- D) Twitter

Який документ зазвичай потрібен для легалізації інтернет-магазину?

- A) Договір оренди
- B) Ліцензія
- C) Патент
- D) Свідоцтво про народження

Яка з наведених стратегій є частиною оптимізації конверсій?

- A) Зменшення ціни
- B) Збільшення асортименту
- C) Поліпшення дизайну сайту
- D) Збільшення кількості постів у соціальних мережах

Яка мета контент-маркетингу в інтернет-торгівлі?

- A) Залучення трафіку на сайт
- B) Зменшення витрат на рекламу
- C) Збільшення кількості товарів на складі
- D) Збільшення цін на товари

Яка платформа найчастіше використовується для створення інтернет-магазинів?

- A) WordPress
- B) Excel
- C) PowerPoint
- D) Photoshop

Що таке SEO?

- A) Соціальне елементне обслуговування
- B) Оптимізація для пошукових систем
- C) Стратегія електронної комерції
- D) Система електронних операцій

Яка з наведених метрик є ключовою для оцінки успішності онлайн-продажів?

- A) Кількість переглядів сайту
- B) Кількість підписників у соціальних мережах
- C) Конверсійний показник

D) Кількість коментарів у блозі

Тема 6. Бізнес у соціальних мережах

Практичне заняття 6

Мета практичного заняття по темі "Бізнес у соціальних мережах" — ознайомити студентів із ключовими аспектами ведення бізнесу в соціальних мережах та просування бізнесу в соціальних медіа.

Питання для обговорення

1. Які переваги надають соціальні мережі для розвитку бізнесу?
2. Які фактори впливають на вибір соціальної мережі для просування продукту чи послуги?
3. Як часто варто публікувати контент, щоб підтримувати активність аудиторії?
4. Які види контенту найбільш ефективні для залучення користувачів?
5. Які ризики пов'язані з веденням бізнесу в соціальних мережах?
6. Як впливає якість взаємодії з користувачами на розвиток бренду в соціальних мережах?

Завдання

Опис завдання 1:

Мале підприємство продає екологічно чисті продукти та прагне збільшити клієнтську базу, розширити свою присутність у соціальних мережах. Однак, компанія має обмежений бюджет на рекламу і обмаль часу для створення контенту.

Треба визначити найбільш ефективні соціальні мережі для просування продукції та розробити план публікацій на місяць.

Опис завдання 2:

Велика компанія зі сфери харчової продукції зіштовхується з негативним відгуком відомого блогера, що викликав хвилю критики в соціальних мережах. Після публікації блогера десятки користувачів почали залишати негативні коментарі під постами компанії. З

Треба розробити план реагування на негативні відгуки, та створити план публікацій, спрямованих на відновлення довіри до бренду, підготувати план дій для запобігання подібних ситуацій у майбутньому.

Тестові завдання з теми.

Що таке соціальна мережа?

- A) Бібліотека книг
- B) Структура соціальних об'єктів і зв'язків між ними
- B) Електронна пошта

Хто ввів термін "соціальна мережа" в обіг?

- А) Марк Цукерберг
- Б) Стенлі Мілгрем
- В) Джон Барнс

Яка теорія описує зв'язок між людьми через шість рукоштовань?

- А) Теорія великого вибуху
- Б) Теорія шести рукоштовань
- В) Теорія відносності

Яка компанія провела дослідження, що підтверджує теорію шести рукоштовань?

- А) Google
- Б) Microsoft
- В) Amazon

Яка середня кількість рукоштовань в соцмережі Facebook?

- А) 3,5
- Б) 4,74
- В) 6,6

Що характеризує мікроблоги?

- А) Виключно текстові замітки в реальному часі
- Б) Довгі статті
- В) Публікація лише фото

Що з переліченого є прикладом соціальної мережі для бізнес-знайомств?

- А) Instagram
- Б) LinkedIn
- В) Tinder

Які основні переваги для бізнесу надає присутність у соціальних мережах?

- А) Швидкий зворотній зв'язок, популяризація бренду
- Б) Зменшення витрат на оренду приміщення
- В) Оптимізація виробництва продукції

Тема 7. Інтернет - маркетинг та реклама
Практичне заняття 7

Мета практичного заняття з теми "Інтернет-маркетинг та реклама" спрямована на розуміння студентами процесу навичок використання цифрових інструментів для ефективного просування бізнесу в інтернеті.

Питання для обговорення

7. Які основні переваги інтернет-маркетингу порівняно з традиційними видами реклами?
8. Які платформи найефективніші для просування бізнесу в різних галузях?
9. Як впливає якість контенту на зацікавленість і взаємодію користувачів?
10. Які ризики пов'язані з використанням інтернет-реклами, і як їх можна мінімізувати?
11. Як інтернет-маркетинг змінює сучасний бізнес?

Завдання 1

Ситуація: Нова кав'ярня відкрилась у вашому місті та хоче залучити більше клієнтів.

Треба розробити інтернет-рекламну кампанію з акцентом на популярні напої, атмосферу закладу та спеціальні знижки. Який тип контенту буде найбільш привабливим для аудиторії?

Завдання 2

Ситуація: Інтернет-магазин одягу запускає сезонні знижки та хоче повідомити клієнтів про акцію.

Треба розробити план просування акційних товарів через Інтернет. Як ефективно повідомити про знижки? Які елементи (зображення, текст) краще використовувати в публікаціях та розсилках для привернення уваги клієнтів?

Тестові завдання з теми.

Скільки людей у світі використовують соціальні мережі?

- a) Понад 2 мільярди
- b) Понад 4 мільярди
- c) Понад 6 мільярдів

Який відсоток людей шукає інформацію про товари і послуги в інтернеті перед покупкою?

- a) 30%
- b) 55%
- c) 70%

Що є основною метою комплексного інтернет-маркетингу?

- a) Залучення клієнтів і підвищення продажів

- b) Підвищення репутації компанії
- c) Поліпшення технічних характеристик сайту

Яка з наведених технологій не є частиною інтернет-маркетингу?

- a) Мобільний маркетинг
- b) Рекламні оголошення на телебаченні
- c) Штучний інтелект

Які з наступних інструментів є складовою частиною інтернет-маркетингу?

- a) SEO оптимізація
- b) Мобільні додатки
- c) Офлайн-реклама

Що таке контекстна реклама?

- a) Реклама, яка не має жодного зв'язку з запитом користувача
- b) Реклама, яка показується в результатах пошуку на основі запитів користувача
- c) Реклама, що з'являється на соціальних платформах

Яка метрика визначає відсоток користувачів, які виконали цільову дію на сайті?

- a) Кількість відвідувачів
- b) Показники відмов
- c) Конверсія

Яка метрика є найкращим показником успішності маркетингової кампанії?

- a) ROMI (Return on Marketing Investment)
- b) Час на сайті
- c) Кількість відвідувачів

Яка стратегія вважається частиною digital-маркетингу?

- a) Використання контекстної реклами
- b) Відеореклама на YouTube
- c) Розміщення плакатів на бігбордах з QR-кодом

Яка роль інтернет-маркетолога?

- a) Вибір кращого програмного забезпечення
- b) Організація процесу та керівництво маркетинговими кампаніями
- c) Технічне налаштування веб-сайту

Тема 8. Державне регулювання ІТ бізнесу

Практичне заняття 8

Мета практичного заняття по темі «Державне регулювання ІТ бізнесу» полягає в ознайомленні студентів із принципами, механізмами та нормативно-правовою базою, що регулює діяльність ІТ-компаній, а також у розвитку їхніх аналітичних і практичних навичок у цій сфері.

Питання до обговорення

1. Які основні цілі державного регулювання ІТ бізнесу в Україні?
2. Які законодавчі акти найбільше впливають на діяльність ІТ-компаній в Україні?
3. Які механізми державного регулювання ІТ бізнесу ви знаєте?
4. Як державні органи контролюють дотримання законодавства у сфері ІТ?
5. Які переваги та недоліки державного регулювання ІТ бізнесу можна виділити?
6. Як зміни в законодавстві можуть вплинути на інвестиційну привабливість ІТ-сектора?
7. Яка роль держави у підтримці стартапів і інноваційних технологій в Україні?
8. Які виклики стоять перед ІТ-компаніями в умовах змінюваного законодавства?
9. Як міжнародний досвід регулювання ІТ бізнесу може бути застосований в Україні?
10. Яка роль етики та соціальної відповідальності в діяльності ІТ бізнесу з точки зору державного регулювання?

Завдання 1

Ситуація 1 Компанія "TechInnovate" є стартапом у сфері розробки програмного забезпечення. Завдяки новим податковим пільгам, вона змогла збільшити свої інвестиції в нові проекти та найняти додаткових спеціалістів.

1. Проаналізуйте, як нові податкові пільги вплинули на бізнес "TechInnovate". Які позитивні та негативні наслідки можуть виникнути внаслідок цих змін?
2. Які ініціативи можуть бути реалізовані для заохочення сплати податків айтівцями та участі в соціальних проектах?
3. Запропонуйте заходи, які можуть бути вжиті на державному рівні для покращення податкової дисципліни серед айтівців.
4. Як держава може підтримати ІТ-бізнес?

Завдання 2

1. Проведіть групову дискусію на тему важливості сплати податків для розвитку країни. Які аргументи можуть підтвердити значущість цього процесу для суспільства?

2. Створіть план інформаційної кампанії, спрямованої на ІТ-спеціалістів, для підвищення обізнаності про важливість сплати податків та продажу валюти. Які канали комунікації ви будете використовувати? Які ключові повідомлення включите?

3. Напишіть есе на тему впливу продажу валюти ІТ-фахівцями на економіку країни. Які позитивні та негативні наслідки цього процесу?

Тестові завдання з теми.

Що таке ДіяCity?

- А) Закон, що регулює зовнішньоекономічну діяльність
- В) Спеціальний правовий режим для ІТ-компаній
- С) Платформа для навчання ІТ-фахівців

Які переваги надає ДіяCity для компаній-резидентів?

- А) Зниження податку на виведений капітал до 9%
- В) Безумовна соціальна гарантія для працівників
- С) Зменшення кількості працівників у компанії

Яка з наступних норм гіг-контракту може бути визнана недійсною в судовому порядку?

- А) Положення про оплату праці
- В) Обмеження за NDA та NCA угодами
- С) Умови звільнення працівника

Які податки повинен сплачувати гіг-контрактер?

- А) Тільки ПДФО
- В) ПДФО та військовий збір
- С) Немає податків

Що є основним негативним аспектом для працівників у моделі гіг-контрактів?

- А) Відсутність соціальних гарантій
- В) Можливість укладання контрактів в електронній формі
- С) Високі зарплати

Які умови для оформлення гіг-контракту не відповідають вимогам закону про ДіяCity?

- А) Кількість гіг-контрактерів менше 9
- В) Середня зарплата гіг-контрактера менше 1200 євро
- С) Компанія має зареєстровані ІТ КВЕДи

Як закон про ДіяCity впливає на приховані трудові відносини?

- А) Посилює контроль над ними
- В) Збільшує їх кількість
- С) Залишає ситуацію без змін

Які переваги має гіг-контракт для роботодавців?

- А) Зобов'язання надавати соціальні гарантії
- В) Гнучкість у регулюванні трудових відносин
- С) Вищі податки на оплату праці

Яка з наступних умов є обов'язковою для компанії-резидента ДіяCity?

- А) Платити заробітну плату не менше 1000 євро
- В) Мати не менше 90% доходу від діяльності за ІТ КВЕДами
- С) Мати не менше 5 гіг-контрактерів

Яка основна мета урядових ініціатив у сфері ІТ в Україні?

- А) Підвищення податкових ставок
- В) Легалізація праці в ІТ-секторі
- С) Зниження якості послуг в ІТ-бізнесі

Рекомендований перелік джерел:

Основні

1. Горбаченко С. А. Управління IT проектами: навчально-методичний посібник. Одеса : НУ "ОЮА", 2021.
2. Економіка і бізнес: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника, д.е.н., проф. О. І. Карінцевої. Суми: Університетська книга, 2021. 316 с.
3. Зубченко В. П. Управління StartUp проектами: навч. посіб. Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ : Людмила, 2023. 230 с.
4. Когут Ю. І. Цифрова трансформація економіки та проблеми кібербезпеки, К.: SIDCON. 2021. 368 с.
5. Морозов В. В. Управління проектами розвитку IT-організацій: навч. посіб. Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ : Київський університет, 2020. 339 с.
6. Олешко Т.І., Н. В. Касьянова Н.В., С. Ф. Смерічевський С.Ф. Цифрова економіка : підручник. К. : НАУ, 2022. 200 с.
7. Основи цифрової економіки : навч. посіб. / А. І. Крисоватий, А. І. Гулей, Б. О. Язлюк [та ін.]. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 274 с.

Додаткові

1. П'ятницька Г. (2022). Стартапи як драйвери розвитку торгівлі. *Scientia fructuosa*. 145(5). С. 56-73. [https://doi.org/10.31617/1.2022\(145\)04](https://doi.org/10.31617/1.2022(145)04)
2. Байтельман Я. It-бізнес в Україні: виклики та перспективи. *Scientia fructuosa*. 2023. 147.1: С.55-73.
3. Більовська О. А. Конкурентоздатність IT-галузі та IT-аутсорсингу в Україні: шляхи оптимізованого управління. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4161>
4. Гайворонська А., Заярнюк О. Сучасний it-ринок України: аналіз статистики та перспективи. *Наука–виробництво*. 2023. С.168-169
5. Горбаченко С. А. Переформатування IT сектору України в умовах війни. Інформаційне суспільство: проблеми та перспективи : матеріали VII Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Одеса, 20 травня 2022 р.). Одеса. 2022. С. 134-136.
6. Горбаченко С. А., Клевцевич Н. А. Можливості економічного розвитку на засадах циркулярності в умовах цифрової трансформації. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2023 р. № 1 (127). С. 35-41. URL: http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2023/1_2023/7.pdf
7. Горбаченко С. А., Разінкін Н. С. Місце IT складової у парадигмі сталого розвитку. Інформаційне суспільство: проблеми та перспективи : матеріали VIII Всеукр. наук.-практич. конф. (м. Одеса, 2 черв. 2023 р.). Одеса. 2023. С. 11-14.

8. Практикум із дисципліни «Бізнес-планування»/ Укл. С.А. Горбаченко, Є.В. Андрієвська. Одеса: ОНЕУ, ротاپринт, 2021 р. 45 с.
9. Прокопець Л. В. Особливості державної підтримки малого підприємництва в Україні та зарубіжний досвід. Інвестиції: практика та досвід. 2022. № 24. С. 71–76.
10. Хоменко І., Хоменко О. Особливості ІТ-галузі в Україні: сучасний стан і перспективи розвитку. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2023. № 2 (34). С. 143–153.

Ресурси відкритого доступу

1. Офіційний сайт Верховної Ради України. Законодавство України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws>.
2. Професійно-правова система МЕГА НАУ. URL: <http://www.nau.kiev.ua/>.
3. Сайт Інформаційного агентства «Ліга». Бізнес Інформ. URL: <http://www.liga.net>.

Навчально-методичне видання

Горбаченко С.А.

Куклінова Т.В.

ПРАКТИКУМ

з дисципліни

«ОСНОВИ ІТ-БІЗНЕСУ»

для студентів І курсу всіх форми навчання

спеціальності 073 «Менеджмент»

ОП «ІТ-менеджмент та маркетинг»

В авторській редакції