

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МІЖНАРОДНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра інформаційних технологій

Жигулін О. А.
УПРАВЛІННЯ ІТ-ПРОЄКТАМИ

Методичні рекомендації для самостійної роботи здобувачів освіти спеціальності
«122 Комп'ютерні науки»

Одеса 2025

Затверджено Вченою Радою Міжнародного гуманітарного університету (протокол № 5 від 20 січня 2025 р.)

Жигулін О. А.

Управління ІТ-проєктами: методичні рекомендації для самостійної роботи здобувачів освіти спеціальності 122 Комп'ютерні науки [Електронне видання]. Кафедра інформаційних технологій Міжнародного гуманітарного університету. Одеса, 2025. 21 с.

Методичні рекомендації з курсу «Управління ІТ-проєктами» розроблено відповідно до навчального плану спеціальності 122 Комп'ютерні науки. Матеріали складаються з навчальної програми курсу, методичних рекомендацій з проведення практичних занять і завдань для самостійної роботи здобувачів, списку рекомендованої літератури. Призначено для студентів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти факультету кібербезпеки, програмної інженерії та комп'ютерних наук Міжнародного гуманітарного університету.

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 6, загальна кількість годин – 180	Галузь – 12 «Інформаційні технології» Спеціальність: 122 – Комп'ютерні науки	обов'язкова	
		Рік підготовки:	
		4-й	
		Семестр	
		6-й	6-й
Мова навчання – українська	Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський) рівень	Лекції	
		40 год.	8 год.
		Практичні, семінарські	
		40 год.	8 год.
		Лабораторні	
		Самостійна робота та індивідуальні завдання	
		100 год.	164
		Вид контролю:	
		залік	залік

Управління ІТ-проєктами – це комплексний процес планування, організації, координації та контролю ресурсів (людей, часу, бюджету, технологій) задля успішної реалізації поставленої мети – створення або вдосконалення програмного забезпечення, системи чи продукту у встановлені терміни, з дотриманням якості та бюджету. Воно поєднує технічні знання, лідерство та організаторські навички, охоплюючи всі етапи – від ініціації до завершення проєктування.

Управління ІТ проєктами включає наступні основні етапи: ініціація проєкту; планування; виконання; моніторинг та контроль; завершення.

Кожен із цих етапів важливий для успішного завершення проєкту і вимагає ретельного підходу та уваги до деталей.

Метою управління ІТ-проєктами як навчальної дисципліни є ознайомлення здобувачів освіти з теоретико-методологічними засадами управління підприємствами в період криз та інформатизації суспільства, яке передбачає використання інформаційних систем та технологій, формування навичок дослідження інформаційних потоків, встановлення «вузьких місць» у розвитку та розробки, впровадження й оцінки ефективності ІТ-проєктів, які нейтралізують перешкоди розвитку й поновлюють ефективну діяльність суб'єктів господарювання на ринку товарів і послуг.

Передумовами для вивчення дисципліни є основи програмування, проєктування інформаційних систем, бази даних, штучний інтелект, хмарні технології.

ЗАПЛАНОВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

ЗА НАВЧАЛЬНОЮ ДИСЦИПЛІНОЮ

Знання:

Основні категорії, поняття та їх визначення з курсу, зміст предмету «Управління ІТ-проєктами» та його структуру, конкретні вимоги до управління ІТ проєктами в період кризових явищ. Розуміти якісні зміни у суспільстві, пов'язані з інформатизацією суспільства.

Уміння й навички:

Визначати «вузьке місце» операційного циклу підприємства та пропонувати його розширення за допомогою інформаційних систем та технологій. Розраховувати показник оцінки ефективності впровадження ІТ-проєкту на підприємстві. Проводити дослідження інформаційних потоків. Рекомендувати заходи прискорення й покращення потоків інформації й товарів за рахунок інформаційних систем та технологій через коригування «фактора мінімум» (неефективний метод управління підприємством, який унеможлиблює розвиток бізнесу). Розробляти інклюзивний (задовольняє інтереси усіх) бізнес проєкт розвитку бізнесу за допомогою інформаційних технологій. Управління ІТ-проєктом на усіх етапах його створення й супроводу.

2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1. Забезпечення ІТ-проєктування: теоретичні засади, методологія, особливості життєвого циклу, кадри, інформація

Поняття управління ІТ-проєктом. Теоретичні засади управління ІТ-проєктом в період глобальної кризи. Методологія управління ІТ-проєктуванням. Комплекс базових конкурентних стратегій підприємств. Синергія методів системи методів управління підприємством. Логістика бізнес-процесів. Виштовхуючи й витягуюча технології управління виробничою діяльністю підприємства. Закон Еволюції життя та його вплив на розвиток бізнесу. Соціо-еколого-економічні нормативи. Людиноцентризм. Забезпечення ІТ-проєкту кадрами. Добір кадрів за психо-фізіологічними характеристиками. Потік інформації від споживача до виробника про вимоги щодо товарів або послуг. Потік товарів і інформації від виробника до споживача. Прискорення й покращення потоків інформації за рахунок впровадження ІТ-проєктів. Вимоги до оновлення інформації й підсилення ступіня сприйняття через використання штучного інтелекту, методів доповненої й уявної реальності.

Тема 2. Дослідження вимог споживача

Етапи розвитку бізнесу. Вимоги споживачів до товарів. Формула стратегічної мети певного бізнесу, що включає етап розвитку та основну потребу споживача. Привабливий бренд і рекламний слоган в ІТ-проєктуванні. Нова позиція підприємства на ринку. Бренд менеджмент в період кризових явищ та порушення вимог Закону Еволюції життя. Ребрендинг бізнесу на ринку товарів або послуг. Дослідження вимог споживача до товарів через аналіз реклами фірм-конкурентів. Демографічні відомості про клієнта. Відомості про потреби споживачів підприємств галузі. Специфічне джерело інформації про потреби споживачів. Вимоги до

оновлення інформації й підсилення ступіня сприйняття через використання штучного інтелекту, методів доповненої й уявної реальності.

Тема 3. Профіль і задоволення нужд споживача

Поняття ринок, ємність ринку, цільовий сегмент ринку. Сегментування ринку для задоволення потреб цільових сегментів. Критерії специфічної інформації про клієнта: мета покупки, доля в прибутку, вимоги до задоволення додаткових потреб, місця розташування, ціни, реклами, умов збуту. Глибинна мотивація споживача. Особливість цільових сегментів ринку. Комплекси основних і додаткових товарів (послуг) для задоволення потреб цільових сегментів ринку. Способи забезпечення потреб цільових сегментів ринку: власні сили, договори з іншими суб'єктами ринку. Вимоги до оновлення інформації й підсилення ступіня сприйняття через використання штучного інтелекту, методів доповненої й уявної реальності.

Тема 4. Дослідження впливу конкурентів

Потік інформації та товарів від виробника до споживача. Роль конкурентів у боротьбі за споживача. Критерії вибору основних конкурентів підприємства. Вплив місця розташування й рівня цін на товари конкуруючих на ринку підприємств. Критерії аналізу конкурентів: якість товарів, асортимент, реклама, додаткові товари або послуги, графік роботи, ціна, упакування, строки поставки, імідж на ринку. Якісний і кількісний аналіз конкурентів. Потрійна оцінка кожної характеристики діяльності суб'єкта ринку. Експертний аналіз фірм – конкурентів на ринку. Склад експертної групи. Кваліфікація й досвід роботи на ринку експертів. Вимоги до оновлення інформації й підсилення ступіня сприйняття через використання штучного інтелекту, методів доповненої й уявної реальності.

Тема 5. Конкурентоспроможність та переваги

Конкурентоспроможність як гарантія розвитку підприємства на ринку. Методологія проведення оцінки конкурентоспроможності бізнесу. Критерії оцінки: якість товарів, асортимент, реклама, додаткові товари або послуги, графік роботи, ціна, упакування, строки поставки, імідж на ринку, конкурентні переваги. Ідеальне підприємство. Кількісний аналіз у балах ваги кожного критерію аналізу експертами. Показник оцінки конкурентоспроможності бізнесу як співвідношення суми якості товарів підприємств-конкурентів до ціни. Формування конкурентоспроможності за рахунок конкурентних переваг. Методологія забезпечення конкурентоспроможності нового підприємства на ринку. Вимоги до оновлення інформації й підсилення ступіня сприйняття через використання штучного інтелекту, методів доповненої й уявної реальності.

Тема 6. Планування продажів та виробництва

Поняття обсягу ринку й частки на ньому підприємства. Методика розрахунку частки нового підприємства на ринку. Планування обсягу продажів за місяцями року. Сезонність споживчого попиту. План виробництва. Виробнича потужність підприємства. Вимоги до оновлення інформації й підсилення ступіня сприйняття через використання штучного інтелекту, методів доповненої й уявної реальності.

Тема 7. «Вузькі місця» операційного циклу

Стадії розширеного операційного циклу бізнесу. Підготовча стадія операційного циклу. Будівництво приміщення, добір персоналу, покупка обладнання, отримання дозволу на роботу. Друга стадія операційного циклу: вибір асортименту товарів, договори на постачання сировини, матеріалів, енергії, послуг ЖГК, організація роботи підрозділів, реклама. Третя стадія операційного циклу: замовлення товарів або сировини, замовлення товарів клієнтами, обслуговування клієнтів, поповнення запасів, контроль якості. Вузькі місця операційного циклу та способи бенчмаркеінгу їх розширення за допомогою інформаційних технологій. Вимоги до оновлення інформації й підсилення ступіня сприйняття через використання штучного інтелекту, методів доповненої й уявної реальності.

Тема 8. Ефективність ІТ-проєкту

Показник ефективності ІТ-проєкту. Складові показника. Коротко- та довгострокова ефективність. Соціо-еколого=економічна ефективність бізнесу та ІТ-проєкту. ШІ-асистент керівника у забезпеченні сталості розвитку бізнесу. Вимоги до оновлення інформації й підсилення ступіня сприйняття через використання штучного інтелекту, методів доповненої й уявної реальності.

Тема 9. Вплив ІТ-проєкту на сталість розвитку бізнесу

Показник сталості розвитку бізнесу за умови впровадження ІТ-проєкту. Обсяги продажів за 3-4 цикли розвитку. Нормування для оцінки ефективності ІТ-проєктів. Коефіцієнт регресії динаміки нормованого чистого доходу підприємства. Запас сталості розвитку бізнесу. Вимоги до оновлення інформації й підсилення ступіня сприйняття через використання штучного інтелекту, методів доповненої й уявної реальності.

Тема 10. Вплив ІТ-проєкту на стан розвитку бізнесу

Оцінка стану розвитку бізнесу як оцінка відповідності діяльності вимогам інклюзивного бізнес проєкту, базовій конкурентній стратегії та державним соціо-еколого-економічним нормативам. Показник стану розвитку бізнесу за умови впровадження ІТ-проєкту. Вимоги до оновлення інформації й підсилення ступіня сприйняття через використання штучного інтелекту, методів доповненої й уявної реальності.

Тема 11. Коригування неефективного бізнес процесу

Формування алгоритму пошуку «фактора мінімум» як неефективного методу управління підприємством, який унеможлиблює розвиток. Класифікація бізнес процесів за методами управління підприємством: формування продукту, ціноутворення, рекламування, збут, виробництво, персонал, бюджетування, інвестування, фінансування.

Тема 12. Бенчмаркінг в ІТ-проєктуванні

Поняття бенчмаркінгу як способу коригування неефективного методу управління підприємством. Історія формування бенчмаркінгу. Банк способів бенчмаркінгу. Поповнення банку за допомогою ШІ асистента керівника. Вимоги до

оновлення інформації й підсилення ступіня сприйняття через використання штучного інтелекту, методів доповненої й уявної реальності.

Тема 13. Перспективи управління ІТ-проєктами

Управління ІТ проєктами у період тотальної інформатизації суспільства. Синергетика та людиноцентризм. Самоорганізація як перспективний напрям управління ІТ проєктом. Розвиток методології управління ІТ проєктами. Перспективи використання інформаційних технологій у ХХІ столітті. Вимоги до оновлення інформації й підсилення ступіня сприйняття через використання штучного інтелекту, методів доповненої й уявної реальності.

3. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин									
	Денна форма					Заочна форма				
	Усього	у тому числі				Усього	у тому числі			
		Лекц.	Прак.	Лаб.	Сам. роб.		Лекц.	Прак.	Лаб.	Сам. роб.
Тема 1. Забезпечення ІТ-проектування: теоретичні засади, методологія, особливості життєвого циклу, кадри, інформація	18	4	4		10	17	1	1		15
Тема 2. Дослідження вимог споживача	18	4	4		10	17	1	1		15
Тема 3. Профіль і задоволення нужд споживача	18	4	4		10	17	1	1		15
Тема 4. Дослідження впливу конкурентів	18	4	4		10	17	1	1		15
Тема 5. Конкурентоспроможність та переваги	18	4	4		10	17	1	1		15
Тема 6. Планування продажів та виробництва	18	4	4		10	17	1	1		15
Тема 7. «Вузькі місця» операційного циклу	18	4	4		10	17	1	1		15
Тема 8. Ефективність ІТ-проєкту	9	2	2		5	12	1	1		10
Тема 9. Вплив ІТ-проєкту на сталість розвитку бізнесу	9	2	2		5	10				10
Тема 10. Вплив ІТ-проєкту на стан розвитку бізнесу	9	2	2		5	10				10
Тема 11. Коригування неефективного бізнес процесу	9	2	2		5	10				10
Тема 12. Бенчмаркінг в ІТ-проектуванні	9	2	2		5	10				10
Тема 13. Перспективи управління ІТ-проєктами	9	2	2/0		5/7/5	9				9
Всього	180	40	40		100	180	8	8		164
Підсумковий контроль – залік										

4. ПИТАННЯ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Тема 1. Забезпечення ІТ-проектування: теоретичні засади, методологія, особливості життєвого циклу, кадри, інформація

Поняття управління ІТ-проєктом. Теоретичні засади управління ІТ-проєктом в період глобальної кризи. Методологія управління ІТ-проектуванням. Комплекс

базових конкурентних стратегій підприємств. Синергія методів системи методів управління підприємством. Логістика бізнес-процесів. Виштовхуючи й витягуюча технології управління виробничою діяльністю підприємства. Закон Еволюції життя та його вплив на розвиток бізнесу. Соціо-еколого-економічні нормативи. Людиноцентризм. Забезпечення ІТ-проєкту кадрами. Особливості життєвого циклу ІТ-проєкту.

Тема 2. Дослідження вимог споживача

Етапи розвитку бізнесу. Вимоги споживачів до товарів. Формула стратегічної мети певного бізнесу, що включає етап розвитку та основну потребу споживача. Привабливий бренд і рекламний слоган в ІТ-проєктуванні. Нова позиція підприємства на ринку. Бренд менеджмент в період кризових явищ та порушення вимог Закону Еволюції життя. Ребрендинг бізнесу на ринку товарі або послуг. Дослідження вимог споживача до товарів через аналіз реклами фірм-конкурентів. Демографічні відомості про клієнта. Відомості про потреби споживачів підприємств галузі. Специфічне джерело інформації про потреби споживачів

Тема 3. Профіль і задоволення нужд споживача

Поняття ринок, ємність ринку, цільовий сегмент ринку. Сегментування ринку для задоволення потреб цільових сегментів. Критерії специфічної інформації про клієнта: мета покупки, доля в прибутку, вимоги до задоволення додаткових потреб, місця розташування, ціни, реклами, умов збуту. Глибинна мотивація споживача. Особливість цільових сегментів ринку. Комплекси основних і додаткових товарів (послуг) для задоволення потреб цільових сегментів ринку. Способи забезпечення потреб цільових сегментів ринку: власні сили, договори з іншими суб'єктами ринку

Тема 4. Дослідження впливу конкурентів

Потік інформації та товарів від виробника до споживача. Роль конкурентів у боротьбі за споживача. Критерії вибору основних конкурентів підприємства. Вплив місця розташування й рівня цін на товари конкуруючих на ринку підприємств. Критерії аналізу конкурентів: якість товарі, асортимент, реклама, додаткові товари або послуги, графік роботи, ціна, упакування, строки поставки, імідж на ринку. Якісний і кількісний аналіз конкурентів. Потрійна оцінка кожної характеристики діяльності суб'єкта ринку. Експертний аналіз фірм – конкурентів на ринку. Склад експертної групи. Кваліфікація й досвід роботи на ринку експертів

Тема 5. Конкурентоспроможність та переваги

Конкурентоспроможність як гарантія розвитку підприємства на ринку. Методологія проведення оцінки конкурентоспроможності бізнесу. Критерії оцінки: якість товарів, асортимент, реклама, додаткові товари або послуги, графік роботи, ціна, упакування, строки поставки, імідж на ринку, конкурентні переваги. Ідеальне підприємство. Кількісний аналіз у балах ваги кожного критерію аналізу експертами. Показник оцінки конкурентоспроможності бізнесу як співвідношення суми якості товарів підприємств-конкурентів до ціни. Формування конкурентоспроможності за рахунок конкурентних переваг. Методологія забезпечення конкурентоспроможності.

Тема 6. Планування продажів та виробництва

Поняття обсягу ринку й частки на ньому підприємства. Методика розрахунку частки нового підприємства на ринку. Планування обсягу продажів за місяцями року. Сезонність споживчого попиту. План виробництва. Виробнича потужність підприємства.

Тема 7. «Вузькі місця» операційного циклу

Стадії розширеного операційного циклу бізнесу. Підготовча стадія операційного циклу. Будівництво приміщення, добір персоналу, покупка обладнання, отримання дозволу на роботу. Друга стадія операційного циклу: вибір асортименту товарів, договори на постачання сировини, матеріалів, енергії, послуг ЖГК, організація роботи підрозділів, реклама. Третя стадія операційного циклу: замовлення товарів або сировини, замовлення товарів клієнтами, обслуговування клієнтів, поповнення запасів.

Тема 8. Ефективність ІТ-проєкту

Показник ефективності ІТ-проєкту. Складові показника. Коротко- та довгострокова ефективність. Соціо-еколого-економічна ефективність бізнесу та ІТ-проєкту. ІІІ-асистент керівника у забезпеченні сталості розвитку бізнесу.

Тема 9. Вплив ІТ-проєкта на сталість розвитку бізнесу

Показник сталості розвитку бізнесу за умови впровадження ІТ-проєкту. Обсяги продажів за 3-4 цикли розвитку. Нормування для оцінки ефективності ІТ-проєктів. Коефіцієнт регресії динаміки нормованого чистого доходу підприємства. Запас сталості розвитку бізнесу.

Тема 10. Вплив ІТ-проєкта на стан розвитку бізнесу

Оцінка стану розвитку бізнесу як оцінка відповідності діяльності вимогам інклюзивного бізнес проєкту, базовій конкурентній стратегії та державним соціо-еколого-економічним нормативам. Показник стану розвитку бізнесу за умови впровадження ІТ-проєкту.

Тема 11. Коригування неефективного бізнес процесу

Формування алгоритму пошуку «фактора мінімум» як неефективного методу управління підприємством, який унеможливорює розвиток. Класифікація бізнес процесів за методами управління підприємством: формування продукту, ціноутворення, рекламування, збут, виробництво, персонал, бюджетування, інвестування, фінансування.

Тема 12. Бенчмаркінг в ІТ-проєктуванні

Поняття бенчмаркінгу як способу коригування неефективного методу управління підприємством. Історія формування бенчмаркінгу. Банк способів бенчмаркінгу. Поповнення банку за допомогою ІІІ асистента керівника.

Тема 13. Перспективи управління ІТ-проектами

Управління ІТ проектами у період тотальної інформатизації суспільства. Синергетика та людино центризм. Самоорганізація як перспективний напрям управління ІТ проектом. Розвиток методології управління ІТ проектами. Перспективи використання інформаційних технологій у ХХІ столітті.

5. САМОСТІЙНА РОБОТА

До самостійної роботи студентів щодо вивчення дисципліни «Управління ІТ-проектами» включаються:

1. Знайомство з науковою та навчальною літературою відповідно зазначених у програмі тем.
2. Опрацювання лекційного матеріалу.
3. Підготовка до практичних занять.
4. Консультації з викладачем протягом семестру.
5. Самостійне опрацювання окремих питань навчальної дисципліни.
6. Підготовка до підсумкового контролю.

Тематика та питання до самостійної підготовки та індивідуальних завдань

Тема 1. Забезпечення ІТ-проектування: теоретичні засади, методологія, особливості життєвого циклу, кадри, інформація

Основи управління ІТ-проектами під час кризових явищ.

Тема 2. Дослідження вимог споживача

Бізнес форма 1. Мета й етапи розвитку, Бізнес форма 2. SWOT-аналіз тенденцій у сфері діяльності підприємства.

Тема 3. Профіль і задоволення нужд споживача

Бізнес форма 4. Профіль клієнта. Бізнес форма 5. Нужди споживача.

Тема 4. Дослідження впливу конкурентів

Бізнес форма 6. Конкуренти. Бізнес форма 7. Аналіз конкурентів.

Тема 5. Конкурентоспроможність та переваги

Бізнес форма 8. Конкурентні переваги. Бізнес форма 9. Оцінка конкурентоспроможності.

Тема 6. Планування продажів і виробництва

Бізнес форма 10. План обсягів продажів, виробництва й витрат на маркетинг.

Тема 7. «Вузькі місця» операційного циклу

Алгоритм. Операційний цикл підприємства. Схема виробничих приміщень. Розширення «вузьких місць» за рахунок реалізації та оцінки ефективності ІТ-проекту.

Тема 8. Ефективність ІТ-проєкту

Соціо-еколого-економічна ефективність бізнесу.

Тема 9. Вплив ІТ-проєкту на сталість розвитку бізнесу

Розрахунок показника сталості розвитку бізнесу.

Тема 10. Вплив ІТ-проєкту на стан розвитку бізнесу

Розрахунок показника стану розвитку бізнесу.

Тема 11. Коригування неефективного бізнес процесу

Алгоритм встановлення неефективного методу управління підприємством.

Тема 12. Бенчмаркінг в ІТ-проєктуванні

Формування банку способів бенчмаркінгу.

Тема 13. Перспективи управління ІТ-проєктами

Стратегічний погляд на інформаційне майбутнє людства.

6. ВИДИ ТА МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Робоча програма навчальної дисципліни передбачає наступні види та методи контролю.

Види контролю	Складові оцінювання
поточний контроль , який здійснюється у ході: проведення практичних (лабораторних) занять, виконання самостійної роботи, індивідуальних завдань, дослідна робота здобувача тощо.	50%
підсумковий контроль	50%

7. Питання до студентів під час заліку у форматі захисту ІТ-проєкту

1. Поняття ринку, сегменту ринку, обсягу ринку.
2. Стратегічна мета підприємства.
3. Новий бренд і рекламний слоган.
4. Пояснити види тенденцій у SWOT-аналізі.
5. Пояснити, як можна розширити асортимент товарів власного бізнесу за рахунок аналізу реклами конкурентів.
6. Навести цільові сегменти ринку й пояснити їх особливість.
7. Чим відрізняються цільові сегменти ринку від нецільових сегментів.
8. Навести комплекси основних і додаткових товарів для кожного цільового сегменту.
9. Критерії вибору найближчих конкурентів.
10. Навести ключовий показник оцінки конкурентоспроможності підприємства на ринку.
11. Пояснити алгоритм формування конкурентоспроможності підприємства.
12. Розрахувати обсяг ринку й частку нового підприємства на ринку на прикладі відомого підприємства.
13. Як можна побудувати модель динаміки споживчого попиту на ринку.
14. Навести й пояснити місячну виробничу потужність підприємства.
15. Навести операції операційного циклу підприємства.

16. Визначити «вузькі місця» операційного циклу підприємства.
17. Навести ефективні способи бенчмаркінгу коригування неефективного методу управління підприємством.
18. Пояснити структуру показника оцінки ефективності ІТ-проєкту.
19. Навести алгоритм встановлення «фактора мінімум» (неефективний метод управління підприємством).
20. Навести алгоритм відновлення розвитку бізнесу за рахунок ІТ проєкту коригування неефективного методу управління підприємством.
21. Навести структуру банку способів бенчмаркінгу коригування неефективного методу управління підприємством.
22. Пояснити алгоритм поновлення банку способів бенчмаркінгу.
23. Пояснити оцінку ефективності ІТ-проєкту на відповідність вимогам еталонного інклюзивного бізнес проєкту розвитку бізнесу.
24. У чому полягає встановлення відповідності ІТ-проєкта базовій конкурентній стратегії підприємства.
25. Пояснити вимогу відповідності ІТ-проєкту вимогам соціо-еколого-економічних нормативів.
26. Чим відрізняється витягуюча технологія управління інформаційними потоками від виштовхуючої технології.
27. Пояснити підхід з позицій людиноцентризму в управління ІТ-проєктами.
28. Особливості життєвого циклу ІТ-проєкту.

8. КРИТЕРІЇ ПІДСУМКОВОЇ ОЦІНКИ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ

ОЦІНЮВАННЯ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ТА ФАХОВОЇ ПЕРДВИЩОЇ ОСВІТИ ЗА НАВЧАЛЬНУ ДИСЦИПЛІНУ У МІЖНАРОДНОМУ ГУМАНІТАРНОМУ УНІВЕРСИТЕТІ

(поточний контроль, підсумковий контроль, загальний результат оцінювання)

ЕКЗАМЕН

<i>Поточний контроль</i>			
Види роботи	Планові терміни виконання	Форми контролю та звітності	Максимальний відсоток оцінювання
Систематичність і активність роботи на практичних (лабораторних) заняттях			
1.1. Підготовка до практичних (лабораторних) занять	Відповідно до робочої програми та розкладу занять	Перевірка обсягу та якості засвоєного матеріалу під час практичних (лабораторних) занять	30
Виконання завдань для самостійного опрацювання			
1.2. Індивідуальне тестування, завдання, підготовка реферату (есе) за заданою тематикою	Відповідно до робочої програми тарозкладу занять	Розгляд відповідного матеріалу під час аудиторних занять або ІКР ¹ , перевірка конспектів навчальних текстів тощо	10

¹ Індивідуально-консультативна робота викладача зі здобувачами

Виконання індивідуальних завдань, дослідна робота здобувача			
1.3. Інші види індивідуальних завдань, в т.ч. підготовка наукових публікацій, участь у роботі круглих столів, конференцій тощо.	Відповідно до робочої програми тарозкладу занять	Обговорення результатів проведеної роботи під час аудиторних занять, наукових конференцій та круглих столів.	10
Разом балів за поточний контроль			50
Підсумковий контроль екзамен			50
Загальний результат оцінювання			100

Поточний контроль знань здобувачів освіти при формі контролю **екзамен** (максимум 50 балів) оцінюється за шкалою («2», «3», «4», «5»), з обов'язковим переведенням балів за кожний вид роботи таким чином:

- за підготовку до аудиторних занять (максимум 30 балів) здобувачу освіти необхідно мати не менше 1/2 оцінок від загальної кількості практичних (лабораторних) занять, для переведу балів за підготовку до аудиторних занять середньоарифметична оцінка множиться на коефіцієнт 6;
- за виконання завдань для самостійного опрацювання (тестування, завдання, підготовка реферату (есе) за заданою тематикою) (максимум 10 балів) здобувачу освіти необхідно мати не менше 1/2 оцінок від загальної кількості програмного матеріалу, що виноситься на самостійне вивчення, для переведу зазначених балів середньоарифметична оцінка множиться на коефіцієнт 2;
- за інші види індивідуальних завдань, в т.ч. підготовку наукових публікацій, участь у роботі круглих столів, конференцій тощо (максимум 10- балів) здобувачу освіти необхідно мати не менше 1/2 оцінок від загальної кількості інших видів індивідуальних завдань, для переведу балів за підготовку до аудиторних занять середньоарифметична оцінка множиться на коефіцієнт 2.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗА ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ

- «2»- виставляється за неправильну відповідь (письмову роботу), яка не відповідає змісту теми та свідчить про нерозуміння її основних положень;
- «3» -виставляється за відповідь (письмову роботу), яка відповідає змісту теми, але є неповною і неточною у визначенні понять, свідчить про неповне розуміння основних положень навчального матеріалу, свідчить про те, що знання здобувача мають фрагментарний, поверховий характер;
- «4» - оцінюється правильна і обґрунтована відповідь (письмова робота), з якої видно, що здобувач знає й розуміє теоретичний матеріал в обсязі навчальної теми, володіє необхідними навичками, не допускає суттєвих помилок.
- «5» - оцінюється повна, правильна, ґрунтовна відповідь (письмова робота) на запитання теми, що передбачає логічність і послідовність викладу матеріалу, володіння термінологією, показує вміння повно й глибоко використовувати теоретичні знання в практичній площині.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ ЗДОБУВАЧІВ ЗА ЕКЗАМЕН

(максимум 50 балів) Рівень знань оцінюється:

Рівень знань оцінюється:

- від 40 до 50 балів - здобувач виявляє особливі творчі здібності, вміє самостійно знаходити та опрацьовувати необхідну інформацію, демонструє знання матеріалу, проводить узагальнення і висновки;
- 30 до 40 балів - здобувач володіє знаннями матеріалу, але допускає незначні помилки у формуванні термінів, категорій, проте за допомогою викладача швидко орієнтується і знаходить правильні відповіді;
- 20 - 30 балів - здобувач відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, з допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, але дає недостатньо обґрунтовані, невичерпні відповіді, допускає помилки.
- 10 - 20 балів - володіє навчальним матеріалом на середньому рівні, допускає помилки, серед яких є значна кількість суттєвих;
- 0 до 10 балів - володіє навчальним матеріалом на рівні, вищому за початковий, значну частину його відтворює на репродуктивному рівні, на всі запитання дає необґрунтовані, невичерпні відповіді, допускає помилки.

КРИТЕРІЇ ЗАГАЛЬНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ЗДОБУВАЧІВ

(для екзамену / заліку)

Рівень знань оцінюється:

- «відмінно» / «зараховано» А - від 90 до 100 балів. Здобувач виявляє особливі творчі здібності, вміє самостійно знаходити та опрацьовувати необхідну інформацію, демонструє знання матеріалу, проводить узагальнення і висновки. Був присутній на лекціях та семінарських заняттях, під час яких давав вичерпні, обґрунтовані, теоретично і практично правильні відповіді, має конспект з виконаними завданнями до самостійної роботи, презентував реферат (есе) за заданою тематикою, проявляє активність і творчість у науково-дослідній роботі;
- «добре» / «зараховано» В - від 82 до 89 балів. Здобувач володіє знаннями матеріалу, але допускає незначні помилки у формуванні термінів, категорій, проте за допомогою викладача швидко орієнтується і знаходить правильні відповіді. Був присутній на лекціях та семінарських заняттях, має конспект з виконаними завданнями до самостійної роботи, презентував реферат (есе) за заданою тематикою, проявляє активність і творчість у науково-дослідній роботі;
- «добре» / «зараховано» С - від 74 до 81 балів. Здобувач відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, з допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, але дає недостатньо обґрунтовані, невичерпні відповіді, допускає помилки. При цьому враховується наявність конспекту з виконаними завданнями до самостійної роботи, реферату та активність у науково-дослідній роботі;
- «задовільно» / «зараховано» D - від 64 до 73 балів. Здобувач був присутній не на всіх лекціях та семінарських заняттях, володіє навчальним матеріалом на середньому рівні, допускає помилки, серед яких є значна кількість суттєвих. При цьому враховується наявність конспекту з виконаними завданнями до самостійної роботи, рефератів (есе);
- «задовільно» / «зараховано» E - від 60 до 63 балів. Здобувач був присутній не на всіх лекціях та семінарських заняттях, володіє навчальним матеріалом на рівні, вищому за початковий, значну частину його відтворює на репродуктивному рівні, на всі запитання дає необґрунтовані, невичерпні відповіді, допускає помилки, має неповний конспект з завданнями до самостійної роботи.
- «незадовільно з можливістю повторного складання» / «не зараховано» FX – від 35 до 59 балів. Здобувач володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу.
- «незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни» / «не зараховано» F – від 0 до 34 балів. Здобувач не володіє навчальним матеріалом.

Таблиця відповідності результатів контролю знань за різними шкалами

100-бальною шкалою	Шкала за ECTS	За національною шкалою	
		екзамен	залік
90-100 (10-12)	A	Відмінно	зараховано
82-89 (8-9)	B	Добре	
74-81(6-7)	C		
64-73 (5)	D	Задовільно	
60-63 (4)	E		
35-59 (3)	Fx	незадовільно	не зараховано
1-34 (2)	F		

9. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна література:

1. Жигулін О. А., Сергієнко О. Г., Степова С. М. Інформаційні системи й технології та економіка підприємств ІТ-галузі: навчальний посібник. Запоріжжя, 2023. 162 с. URL: <https://goo.su/HSzOe>

2. Жигулін О. А. Методичні вказівки до практичних робіт з дисципліни «Економіка підприємств ІТ-галузі» для студентів спеціальності «Комп'ютерна інженерія». Запоріжжя, 2023. 62 с.

3. Жигулін О. А., Махмудов І. І., Попа Л. М. Логістика в управлінні конкурентоспроможністю бізнесу при виході економіки із стану глобальної кризи: Монографія. Ніжин, 2021. 544 с. URL: <https://goo.su/zMnIECE>

4. Жигулін О. А., Баранов І. Г., Кушнір О. І. Логіка, методологія та етика наукового пізнання: навчальний посібник. Ніжин, 2024. 206 с. URL: <http://surl.li/pewpmm>

5. Жигулін О. А., Стрелковська І. В., Попа Л. М. Самоорганізація бізнесу з використанням інформаційних технологій: Монографія. Ніжин: Вид-во НДУ імені Миколи Гоголя, 2025. 276 с.

6. Жигулін О. А. Методичні вказівки до практичних робіт та самостійного вивчення дисциплін «Основи зовнішньоекономічної діяльності», «Мультикультурний маркетинговий менеджмент в період глобальної комунікації», «Бренд-менеджмент і управління діловим іміджем», «Економіка підприємств у галузі: сільське, харчове, переробне господарство й сфера ІТ-технологій» для студентів технічних й економічних спеціальностей денної та заочної форми навчання. Ніжин, 2024. 221 с. URL: <https://goo.su/HGpaja>

7. Жигулін О. А. Тітяпкин С. С., Пономаренко Н. В. Методичні вказівки до практичних занять з дисциплін «Бренд-менеджмент та управління діловим іміджем», «Реклама», «Поведінка споживача», «Маркетинг», «Менеджмент», «Стратегічний менеджмент» для студентів технічних та економічних спеціальностей денної та заочної форм навчання. Ніжин, 2024. 145 с. URL: <http://surl.li/okpzlr>

9. Пасічник О.В., Басюк Т.М., Думанський Н.О. Інформаційні технології, 2025. 390 с.

10. Холод О. М. Комунікаційні технології. Підручник. К: Центр учбової літератури, 2022. 212 с.

11. Жигулін О. А., Русу О. П., Горбачов В. Е. Менеджмент ІТ-проекту під час кризових явищ та інформатизації суспільства. Вчені записки Таврійського Національного університету імені В. І. Вернадського. Серія технічні науки. Том 36 (75). № 6. 2025.

12. Жигулін О. А., Русу О. П., Грібова В. В. Економічна ефективність програмних систем. Вчені записки Таврійського Національного університету імені В. І. Вернадського. Серія технічні науки. Том 36 (75). № 6. 2025.

13. Жигулін О. А., Усачов Д.В. Інформаційні технології, охорона праці й творча реабілітація для підвищення якості навчання. Problems of Emergency Situations, Розділ «Комп'ютерні науки та інформаційні технології», 2025. №2 (42). С. 96-110. URL: <https://surl.li/zfkxhq>

14. Григорук, П., Жигулін, О., Карвацька, Н. (2024). Сталий правовий розвиток у регіоні: Стратегія інтеграції платформ електронної комерції на внутрішньому ринку в епоху Індустрії 5.0. Міжнародний журнал сталого розвитку та планування, том 19, № 6, с. 2221-2228. Scopus

15. Трзонковський, К., Колісніченко, П., Жигулін, О. (2023). Інформаційні системи фінансово-економічної безпеки в умовах кіберзагроз: дослідження характеристик у контексті сучасного адміністративно-правового механізму. *Amazonia Investiga*, 12 (69), 315-324. Web of Science.

Допоміжна література:

16. Закон України «Про інформацію» від 2 жовтня 1992 р. № 2657 –XII / URL: <http://surl.li/xmoeev>
17. Закон України «Про науково-технічну інформацію» від 25 червня 1993 року № 3322-XII [Електронний ресурс]. URL: <http://surl.li/souowtm>
18. Закон України «Про Концепцію Національної програми інформатизації» від 4 лютого 1998 р. № 75/98 [Електронний ресурс]. URL: <http://surl.li/ifkqzq>
19. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV [Електронний ресурс]. URL: <http://surl.li/xuusik>
20. Закон України «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки» № 537-16, редакція від 09.01.2007 [Електронний ресурс]. URL: <http://surl.li/nhjanb>
21. Закон України «Про Національну програму інформатизації» № 74/98-вр, редакція від 01.08.2016. [Електронний ресурс]. URL: <http://surl.li/xfudgo>
22. Положення про Національну комісію, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації, затверджено Указом Президента України від 23 листопада 2011 року 1067/2011 [Електронний ресурс]. URL: <http://surl.li/ngmmrr>
23. Стратегія розвитку інформаційного суспільства в Україні, схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 15 травня 2013 р. № 386-р. URL: <http://surl.li/ubkbvz>
24. Положення про Міністерство інформаційної політики України, затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 14 січня 2015 р. № 2. URL: <http://surl.li/naeoeq>
25. Дісковський О.А., Рижков Е.В., Синиціна Ю.П., Прокопов С.О. Інформаційні та комунікаційні технології: навч. посіб. Дніпро: ДДУВС, 2025. 272 с
26. Кавун С.В., Смірнов С.В., Кавун О.А., Столбов В.Ф. Основи інформаційної безпеки: навч. посібн. Кіровоград: КНТУ, 2012. 442 с.
27. Перелік видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій (Розпорядження КМУ від 24.04.2019 р. №265). URL: <http://surl.li/nhetdu>

Інтернет ресурси:

28. Державна служба статистики України. URL www.ukrstat.gov.ua/
29. Міністерство інформаційної політики України. URL <http://mip.gov.ua/ru/>
30. Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації. URL <http://www.nkrzi.gov.ua/>

Бізнес-форми для дослідження розвитку бізнесу

Етапи, переваги та мета бізнесу (Б.Ф.1)

А. Етапи бізнесу	
1. Найвужчий	1.
2. Наступний рівень	2.
3. Найширший	3.
4. + розвинуті технології	4.
Б. Підприємство задовольняє наступні потреби клієнта:	
1.	
В. Основні переваги, які підприємство має на ринку:	
Г. Мета бізнесу:	

SWOT- аналіз тенденцій у сфері діяльності підприємства (Б.Ф. 2)

Тенденції	Погроза (П) чи можливість (М)	Заходи зворотної реакції
1. Політичні		
2. Економічні		
3. Законодавчі		
4. Галузеві		

Інформація про клієнта (Б.Ф. 3)

Необхідна інформація	Можливе джерело інформації	Місцезнаходження

Профіль клієнта (Б.Ф.4)

Інформація про клієнта	Групи споживачів			
	1	2	3	4
Що особливого?				

Можливості щодо задоволення потреб клієнтів (Б.Ф.5)

Основні групи споживачів	Основні потреби та товари що їх задовольняють	Допоміжні потреби та товари, які їх задовольняють	Засоби щодо задоволення допоміжних потреб споживачів

Вибір конкурентів (Б.Ф. 6)

Назва підприємства	Місцезнаходження	Ціни		
		Товар 1	Товар 2	Товар 3

Аналіз конкурентів (Б.Ф. 7)

Критерії	Базове підприємство	Конкуренти		
		1	2	3

Конкурентні переваги (Б.Ф. 8)

Товарна політика (комплекси основних та допоміжних послуг або виробів)	Методи підвищення конкурентоспроможності за функціональними видами діяльності
--	---

Б.Ф.9

Оцінка підприємств щодо конкурентоспроможності та планування переваг

Критерії	Ідеальне підприємство*	Підприємства – конкуренти			
		Базове	Конкурент 1	Конкурент 2	Конкурент 3
1. Якість товару	30				
2. Ціна	15				
3. Комунікації	5				
4. Збут	5				
5. Виробництво	10				
6. Персонал	10				
7. Витрати	8				
8. Інвестиції в нові технології	20				

9.Фінанси	7				
Всього балів	100				
Ціна за типовий товар					
Співвідношення «привабливість споживчих якостей» / «ціна»					

Запланований об'єм продажів та витрати на маркетингові заходи (Б.Ф. 10)

Товар або послуга	Об'єм продажів за місяцями року												Всього за рік
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1. кг													
2. шт.													
3. год.													
1. тис. грн.													
2. тис. грн.													
3. тис. грн.													
Всього, тис. грн.													Частка ринку
Всього, %													100 %
Витрати на маркетингові заходи													

Планограма робіт (Б.Ф.11)

Час, год. Роботи	Виконання робочих операцій, год.														
	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	

Потреба в устаткуванні, електроенергії та персоналі (Б.Ф. 12)

Найменування виробничої операції	Найменування устаткування	Ціна за одиницю, грн.	Час роботи, годин	Електроенергія, кВт / год.	Усього електроенергія, кВт	Продуктивність, один. / год.	Кількість одиниць	Обслуговуючий персонал
Всього								

Штатний розклад (Б.Ф. 13)

Категорія робітників	Кількість, чол.	Ставка (оклад), грн.	Надбавка (премія), грн.	Всього за місяць, грн.	Всього за рік, грн.

Прибутки або збитки (Б.Ф.14)

Показники	Прибутки або збитки по місяцях, грн.												Разом за рік
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Виторг													
Витрати													
Прибуток													
Податок на прибуток													
Чистий прибуток													
Рівень рентабельності													

ЗМІСТ

1. Опис навчальної дисципліни.....	3
2. Програма навчальної дисципліни.....	4
3. Структура навчальної дисципліни.....	7
4. Питання до практичних занять.....	7
5. Самостійна робота.....	10
6. Види та методи контролю.....	11
7. Питання до студентів під час заліку у форматі захисту ІТ-проєкту	11
8. Критерії підсумкової оцінки знань студентів.....	12
9. Рекомендована література.....	15
Додаток А. Бізнес форми	17

Навчальне видання

Жигулін Олександр Андрійович

УПРАВЛІННЯ ІТ-ПРОЄКТАМИ

Методичні рекомендації для самостійної роботи здобувачів освіти спеціальності
«122 Комп'ютерні науки»

Українською мовою