



Силабус
«Штучний інтелект у міжнародному бізнесі»

ступінь вищої освіти –
галузь знань –
спеціальність –
освітня програма –

бакалавр
07 «Управління та адміністрування»,
073 «Менеджмент»
«Міжнародний менеджмент»

Рік навчання: 4, семестр: 7

Кількість кредитів: 5 Мова навчання: українська

Керівник курсу

Ім'я, прізвище

Руслана Луців

Контактна інформація

ruslana1821@gmail.com, +380978622391

Course description

Мета курсу полягає у формуванні комплексних знань і практичних навичок, необхідних для ефективного використання технологій штучного інтелекту (ШІ) у сучасному глобалізованому бізнес-середовищі.

Дисципліна «Штучний інтелект у міжнародному бізнесі» передбачає теоретичну та практичну підготовку майбутніх фахівців з розробки різних видів ШІ у бізнесі, дослідження впливу ШІ на діяльність компанії у міжнародному бізнес середовищі, формування ефективних стратегій ШІ міжнародному бізнесі.

Вивчення дисципліни «Штучний інтелект у міжнародному бізнесі» допоможе студентам отримати відповідні фахові знання та сформувати необхідні навички для роботи зі штучним інтелектом, сформує їх як фахівців, здатних використовувати технології ШІ для досягнення стратегічних цілей організацій, адаптуючись до сучасних викликів глобалізованої економіки. Це забезпечує конкурентну перевагу студентам у міжнародному бізнесі та готує їх до ролі лідерів у технологічно розвинених організаціях.

Структура курсу

Кількість год * (лек. /пр.)	Тема	Результати навчання	Завдання
2/2	1. Загальні поняття про штучний інтелект.	Засвоїти загальні поняття про штучний інтелект. Визначати штучний інтелект та пов'язані з ним поняття.	Дискусії, тести
4/4	2. Роль ШІ в бізнесі.	здатні пояснити основні поняття штучного інтелекту такі як машинне навчання, глибинне навчання та нейронні мережі, та їхній вплив на сучасний бізнес. Визначати і аналізувати переваги та недоліки ШІ та головні тенденції штучного інтелекту у 2024 році.	Дискусії, тести
4/4	3. Організації в епоху штучного інтелекту.	визначати вплив штучного інтелекту на організацію та аналізувати можливості для організацій в епоху ШІ.	Дискусії, кейси
2/2	4. Роль штучного інтелекту в процесах прийняття рішень. Основні види аналізу даних.	визначати вплив штучного інтелекту на організацію.	Дискусії, тести
2/2	5. Лідерство в епоху штучного інтелекту.	визначати вплив штучного інтелекту на лідерство у компанії, де домінують технології на основі ШІ.	Дискусії, тести

4/4	6. Маркетинговий менеджмент в епоху ШІ.	Засвоїти можливості використання штучного інтелекту для вдосконалення маркетингових стратегій і підходів у сучасному бізнесі.	Дискусії, тести
4/4	7. ШІ в управлінні продуктами.	вміти використовувати технології штучного інтелекту для оптимізації процесів розробки, вдосконалення та управління життєвим циклом продуктів у бізнесі.	Дискусії, тести
2/2	8. Стратегічне управління та ШІ. Стратегії розвитку ШІ на глобальній арені	володіти принципами стратегічного управління ШІ та розробкою ефективних стратегій його впровадження для забезпечення конкурентних переваг на міжнародних ринках	Дискусії, тести
2/2	9. ШІ та майбутні інструменти управління для трансформації бізнесу.	застосовувати новітні технології ШІ та їхній потенціал для оптимізації та трансформації управлінських процесів у бізнесі.	Дискусії, тести
4/4	11. Етичні та правові аспекти використання ШІ.	аналізувати ключові етичні виклики та правові вимоги, пов'язані з впровадженням ШІ у бізнес-середовищі.	Дискусії, тести

*кількість год може змін.

Рекомендовані джерела

1. Когут Ю.І. Штучний інтелект і безпека. Київ, 2024. 292 с.
2. Краковецький О. Як генеративний штучний інтелект змінює світ. Київ 2024. 190 с.
3. Лі Кай-фу, Чень Цюфань. AI – 2041. Наддержави штучного інтелекту. Київ 2020. 240 с.
4. Abbasi, A., Li, J., Clifford, G., & Taylor, H. (2018). Make “Fairness by Design” Part of Machine Learning. Harvard Business Review. Retrieved April 27 from <https://hbr.org/2018/08/make-fairness-bydesign-part-of-machine-learning>
5. Agrawal, A., Gans, J., & Goldfarb, A. (Eds.). (2019). The Economics of Artificial Intelligence: An Agenda. University of Chicago Press.
6. Balakrishnan, T., Chui, M., Hall, B., & Henke, N. (2020). The State of AI in 2020. McKinsey. Retrieved April 19 from <https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-analytics/ourinsights/global-survey-the-state-of-ai-in-2020>
7. Barredo Arrieta, A., Díaz-Rodríguez, N., Del Ser, J., Bennetot, A., Tabik, S., Barbado, A., Garcia, S., GilLopez, S., Molina, D., Benjamins, R., Chatila, R., & Herrera, F. (2020). Explainable Artificial Intelligence (XAI): Concepts, taxonomies, opportunities and challenges toward responsible AI. Information Fusion, 58, 82-115. <https://doi.org/10.1016/j.inffus.2019.12.012>
8. British Antarctic Survey. (2021). Artificial Intelligence Lab. Natural Environment Research Council Retrieved February 10, 2021 from <https://www.bas.ac.uk/project/ai/>
9. Cade Metz (2021). Genius Makers: The Mavericks Who Brought AI to Google, Facebook, and the World. Dutton, 382 p.
10. Fjeld, J., Achten, N., Hilligoss, H., Nagy, A., & Srikumar, M. (2020). Principled Artificial Intelligence: Mapping Consensus in Ethical and Rights-based Approaches to Principles for AI. H. University.
11. Glikson, E., & Woolley, A. W. (2020). Human Trust in Artificial Intelligence: Review of Empirical Research. Academy of Management Annals, 14(2), 627-660. <https://doi.org/10.5465/annals.2018.0057>
12. Greg Kihlstrom, Carlos Manalo (2023). The Agile Brand Guide to AI & Marketing: Generative AI, Next Best Action, Task Automation, and Beyond for Marketers (Agile Brand Guides). 96 p.
13. Gunning, D., Stefik, M., Choi, J., Miller, T., Stumpf, S., & Yang, G.-Z. (2019). XAI-Explainable Artificial

- Intelligence. *Science Robotics*, 4(37), eaay7120. <https://doi.org/10.1126/scirobotics.aay7120>
14. Holmström, J. (2018). Recombination in Digital Innovation: Challenges, Opportunities, and the Importance of a Theoretical Framework. *Information and Organization*, 28(2), 107-110. <https://doi.org/10.1016/j.infoandorg.2018.04.002>
 15. Paul Roetzer (2022). *Marketing Artificial Intelligence: AI, Marketing, and the Future of Business*. Matt Holt, 256 p.
 16. Raj Venkatesan, Jim Lecinski (2021). *The AI Marketing Canvas: A Five-Stage Road Map to Implementing Artificial Intelligence in Marketing*. Stanford Business Books, 272 p.
 17. Raisch, S., & Krakowski, S. (2021). Artificial Intelligence and Management: The Automation Augmentation Paradox. *Academy of Management Review*, 46(1), 192-210. <https://doi.org/10.5465/2018.0072>
 18. Recker, J., Lukyanenko, R., Jabbari, M., Samuel, B. M., & Castellanos, A. (2021). From Representation to Mediation: A New Agenda for Conceptual Modeling Research in a Digital World. *MIS Quarterly*, 45(1), 269-300. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2020/16207>
 19. Sergeeva, A. V., Faraj, S., & Huysman, M. (2020). Losing Touch: An Embodiment Perspective on Coordination in Robotic Surgery. *Organization Science*, 31(5), 1248-1271. <https://doi.org/10.1287/orsc.2019.1343>
 20. Seth Earley, Tom Davenport (2020). *The AI-Powered Enterprise: Harness the Power of Ontologies to Make Your Business Smarter, Faster, and More Profitable*. LifeTree, 320 p.
 21. Shrestha, Y. R., Ben-Menahem, S. M., & von Krogh, G. (2019). Organizational Decision-Making Structures in the Age of Artificial Intelligence. *California Management Review*, 61(4), 66-83. <https://doi.org/10.1177/0008125619862257>
 22. Stuart Russell, Peter Norvig (2020). *Artificial Intelligence: A Modern Approach* (Pearson Series in Artificial Intelligence). Pearson; 4th edition, 1136 p.
 23. Strich, F., Mayer, A.-S., & Fiedler, M. (2020). What Do I Do in a World of Artificial Intelligence? Investigating the Impact of Substitutive Decision-Making AI Systems on Employees' Professional Role Identity. *Journal of the Association for Information Systems*, 22(2), 304-324. <https://doi.org/10.17705/1jais.00663>
 24. Sturm, T., Gerlach, J. P., Pumplun, L., Mesbah, N., Peters, F., Tauchert, C., Nan, N., & Buxmann, P. (2021). Coordinating Human and Machine Learning for Effective Organizational Learning. *MIS Quarterly*, 45, forthcoming.
 25. Tensor Oliver (2019). *Artificial intelligence and Machine learning for business: the ultimate guide to use data science for business through applied artificial intelligence*. 122 p.
 26. Townsend, A. M., & Hunt, R. A. (2019). Entrepreneurial Action, Creativity, & Judgment in the Age of Artificial Intelligence. *Journal of Business Venturing Insights*, 11(e00126). <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2019.e00126>
 27. Verganti, R., Vendraminelli, L., & Iansiti, M. (2020). Innovation and Design in the Age of Artificial Intelligence *Journal of Product Innovation Management*, 37(3), 212-227. <https://doi.org/10.1111/jpim.12523>
 28. Von Krogh, G. (2018). Artificial Intelligence in Organizations: New Opportunities for Phenomenon-Based Theorizing. *Academy of Management Discoveries*, 4(4), 404-409. <https://doi.org/10.5465/amd.2018.0084>
 29. Yannick_Peifer, Tim Jeske, Sven Hille (2022). *Artificial Intelligence and its Impact on Leaders and Leadership*. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877050922003106>
 30. Young Christopher (2023). *Build a Winning AI Strategy for Your Business*. URL: <https://hbr.org/2023/07/build-a-winning-ai-strategy-for-your-business>.

Додаткові джерела

1. Філіп Джеймс Кінгстон «Applied AI» <https://www.youtube.com/watch?v=TTIB986ZXhw> (a lecture at NAU in Kyiv)
2. Kate Krawford. *Atlas of AI. Power, Politics, and the Planetary Costs of Artificial Intelligence*. 2022
3. Мін Цзен. Як Alibaba використовував ШІ у бізнесі.

4. Берджен Ендрю «Искусственный интеллект для вашего бизнеса»
5. Fei-Fei Li. The Worlds I see it.
6. Stuart Russell & Norvig. Artificial Intelligence, A Modern Approach.
<https://www.youtube.com/watch?v=UvvdFZkhhqE>
7. Brian Christian, Tom Griffiths. Algorithms to Live By: The Computer Science of Human Decisions
8. John Brockman. Possible Minds 25 Ways of looking at AI
9. Etham Mollick. Co - Intelligence: Living and Working with AI
10. Melanie Mitchell AI. A guide for thinking humans
11. Anil Ananthaswamy. Why Machines Learn: The Elegant Math Behind Modern AI
12. Justin Hutches. The language of deception: Weaponizing Next Generation AI
13. Noreen Herzfeld. The Artifice of Intelligence: Divine and Human Relationship in a Robotic Age
14. Simon Lindgren. Critical theory of AI
15. Peter Verster (Пітер Верстер). AI For Business: A practical guide for business leaders to extract value from Artificial Intelligence. 2024
16. James Johnson. Artificial Intelligence and the Future of Warfare: The USA, China, and Strategic Stability. 2021

Політика оцінювання

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з курсу «Штучний інтелект у міжнародному бізнесі» визначається як середньозважена величина, в залежності від питомої ваги кожної складової залікового кредиту.

Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3	Модуль 4	Модуль 5
10%	10%	10%	10%	5%	15%	40%
Поточне оцінювання	Модульний контроль 1	Поточне оцінювання	Модульний контроль 2	Тренінг	Самостійна робота	Екзамен
Визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час занять (1-5).	Письмова робота (теми 1-5); тестові завдання (20 тестів x 5 б.	Визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час занять (6-10).	Письмова робота (теми 6-10); тестові завдання (20 тестів x 5 б.	Оцінювання за виконання тренінгового завдання	Оцінюється за виконання завдання CPC	1. Тестові завдання (10 тестів x 2 б.) – макс. 25 б.; 2. Теоретичне питання – макс. 30 б.; 3. Задача (завдання x2) – макс. 50 б. (25б.x2)

Шкала оцінювання

За шкалою університету	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90-100	Відмінно	A (відмінно)
85-89	Добре	B (дуже добре)
75-84		C (добре)
65-74	Задовільно	D (задовільно)
60-64		E (достатньо)
35-59	Незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1-34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)