

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Декан ФЕУ

Андрій КОЦУР

« 22 » 2025 р

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Директор ФЕУ

Святослав ПІДБІЛЬ

« 22 » 2025 р

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Проректор з

науково-педагогічної роботи

Віктор ОСИПОВЕРХОВ

« 22 » 2025 р

РОБОЧА ПРОГРАМА

з дисципліни

«Digital-технології для розвитку бізнесу»

Ступінь вищої освіти – бакалавр

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування

Спеціальність: 075 Маркетинг

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

Кафедра економіки та економічної теорії

Форма навчання	Курс	Семестр	Лекції (год.)	Практичні (год.)	ІРС, (год.)	Тренінг, (год.)	СРС, (год.)	Разом (год.)	Залік (семестр)
Денна	4	VII	32	14	3	8	93	150	VII
Заочна	4	VII	8	4	-	-	138	150	VII

7.9.2025

Тернопіль – ЗУНУ

2025

Робочу програму склала доцент кафедри економіки та економічної теорії, канд. екон. наук, доцент Оксана ЛОТИШ.



Робоча програма затверджена на засіданні кафедри економіки та економічної теорії, протокол № 1 від 27.08.2025 р.

Завідувач кафедри, д-р екон. наук, проф.



Віктор КОЗІЮК

Гарант ОПП «Маркетинг»
канд. екон. наук, проф.



Людмила ГАЛЬКО

СТРУКТУРА РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Digital-технології для розвитку бізнесу»

1. Опис дисципліни «Digital-технології для розвитку бізнесу»

Дисципліна «Digital-технології для розвитку бізнесу»	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-професійна програма, ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів – 5	Галузь знань: 07 Управління та адміністрування	Статус дисципліни: вибіркова Мова навчання: українська
Кількість залікових модулів – 3	Спеціальність: 075 Маркетинг	Рік підготовки: Денна – 4 Заочна – 4 Семестр: Денна – 7 Заочна – 7
Кількість змістових модулів – 1	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»	Лекції: Денна – 32 год. Заочна – 8 год. Практичні заняття: Денна – 14 год. Заочна – 4 год.
Загальна кількість годин – 150	Освітньо-кваліфікаційний рівень – бакалавр	Самостійна робота: Денна – 93 год. Заочна – 138 год. Тренінг: Денна – 8 год. Індивідуальна робота: Денна – 3 год.
Тижневих годин:– 10 год., з них аудиторних – 3 год.		Вид підсумкового контролю – залік

2. Мета і завдання дисципліни «Digital-технології для розвитку бізнесу»

2.1. Мета вивчення дисципліни. Метою дисципліни є поглиблення у студентів знань про термінологію та основні способи використання цифрових рішень для розвитку бізнесу господарюючих суб'єктів; вивчення інструментарію цифровізації бізнесу в умовах конкурентного середовища, отримання знань і навичок, необхідних для використання цифрових технологій в різних аспектах бізнесу задля підвищення його ефективності, конкурентоспроможності та прийняття оптимальних управлінських рішень. Дисципліна орієнтує на пошук інструментарію аналітичних досліджень поведінки суб'єктів бізнесу на ринку та оцінки рівня їх діджиталізації.

2.2. Завдання вивчення дисципліни:

- застосовувати нові досягнення в теорії та практиці цифрового бізнесу; здійснювати власні дослідження діагностики використання цифрових технологій у розвитку бізнесу;
- розуміти ефективність впровадження цифрових інструментів в діяльність ринкового суб'єкта;
- навчитися аналізувати дані за допомогою штучного інтелекту для отримання бізнес-прогнозів та прийняття рішень.

2.3. В результаті вивчення дисципліни студенти повинні знати:

- теоретичні основи, переваги та ризики застосування програмного інструментарію у бізнес діяльності;
- набір цифрових технологій, що необхідні бізнесу для комунікації із потенційними споживачами на ринку;
- алгоритм і переваги використання PIM-системи як Digital-інструменту управління інформацією про товари;
- принципи використання чат-ботів і роботизованих систем;
- типи систем штучного інтелекту та їх можливості для автоматизації бізнес-процесів;
- переваги та недоліки електронної комерції, її платформи, використання платіжних систем та доповненої реальності (AR) в сучасному бізнесі;
- елементи Web-аналітики для вимірювання ефективності діджитал зусиль в бізнесі для аналізу інформації з рекламних кабінетів.

2.4. В результаті вивчення дисципліни студенти повинні вміти:

- використовувати методи, інструменти та прийоми пошуку, опрацювання та аналізу інформації за допомогою Digital-технологій;
- використовувати цифровий інструментарій для автоматизації бізнес-процесів, покращення обслуговування клієнтів та розробки нових продуктів та послуг;
- використовувати PIM-систему як інструмент керування інформацією про товари в бізнесі;
- використовувати ШІ в обробці даних про покупців, прогнозувати їхню поведінку, адаптувати товарну лінійку під їхні інтереси, використовувати CRM-систему в комунікації бізнесу і споживачів;
- використовувати популярні хмарні та мобільні технології для вирішення реальних бізнес-задач в бізнесі;
- використовувати Web-аналітику, як елемент для вимірювання ефективності діджитал зусиль в бізнесі, отримання бізнес-прогнозів та прийняття кращих управлінських рішень;
- аналізувати бізнес-процеси в моделі Intalio BPMS та інтегрувати між собою засоби розроблення системи збалансованих показників, оцінювання й оптимізації вартості бізнес-процесів, а також інструменти контролю за виконанням бізнес-процесів.

3. Зміст дисципліни «Digital-технології для розвитку бізнесу»

Змістовий модуль 1

Загальні основи та практика використання Digital-технології для розвитку бізнесу

Тема 1. Теоретичні основи Digital-інструментарію бізнес-процесів

Теоретичні основи цифровізації бізнес-процесів. Складові процесу цифровізації: виробничі процеси, контроль робіт та якості продукції, логістична діяльність, створення доданої вартості товару, комунікаційна політика.

Інструменти цифровізації. Технології: інформаційно-комунікаційні, електронного обміну даними, хмарних та туманних обчислень, інтелектуальні. Навчання, програмні продукти. Методи та техніки аналізу і обробки великих даних. Впровадження гібридних рішень.

Література: 1-15.

Тема 2. Цифрова стратегія бізнесу

Розробка цифрової стратегії: цілі, KPI, аналіз ринку, цільова аудиторія, конкурентний аналіз.

Моделі цифрової трансформації. Стадії цифрової трансформації бізнесу: оцифрування, автоматизація, цифровізація. Модель цифрової трансформації суб'єкта господарювання. Етапи цифрової трансформації бізнес-процесів за допомогою технології RPA (Robotic Process Automation).

Вибір цифрових технологій під бізнес-завдання.

Тема 3. CRM-система в комунікації бізнесу і споживачів

Клієнтська база як необхідний елемент комунікації з потенційними клієнтами компанії. Необхідність ведення клієнтської бази в розвитку бізнесу. Види клієнтських баз. Програмне забезпечення для ведення клієнтських баз: Excel, Google Sheets, Microsoft Access, CRM.

Особливості CRM як автоматизованого онлайн-сервісу для клієнтської бази. Структура бази CRM (Customer Relationship Management).

Налаштування та інтеграція CRM-системи в бізнесі. Ключові CRM-функціональності. Переваги використання CRM для зростання ефективності бізнесу: продажі, маркетинг, клієнтський сервіс, операційні процеси, менеджмент.

Ключові тренди, які визначатимуть майбутнє CRM-систем: гіперперсоналізація клієнтського досвіду, єдина платформа для управління повним життєвим циклом клієнта, компонована no-code архітектура в основі CRM-рішення, генеративний ШІ для CRM-систем.

Література: 1-15.

Тема 4. PIM-система як інструмент керування інформацією про товари

Зміст та необхідність використання системи управління інформацією про продукт (PIM – Product Information Management). Необхідність управління товарною інформацією в сучасному бізнесі: покращення клієнтського досвіду, ефективне управління даними про продукт, оптимізація часу, оптимізація витрат, проста інтеграція.

Структура інформації, якою управляє PIM: основні дані про товар, технічні характеристики, медіа файли, дані про постачальника, логістична інформація, інформація про продаж, відгуки та рейтинги клієнтів.

Алгоритм налаштування PIM-системи у виробничій діяльності бізнесу.

Тенденції в управлінні інформацією про продукцію (PIM), які змінюють виробничий ландшафт: розумний аналіз даних, партнерство IoT, більш пов'язаний світ, задоволення попиту на персоналізацію.

Література: 1-15.

Тема 5. Digital-маркетинг в бізнесі

Пошукова оптимізація (SEO) як елемент видимості бізнесу онлайн.

Маркетинг у соціальних мережах (SMM). Основи, стратегії, платформи (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok), аналітика.

Контекстна та таргетована реклама: Google Ads, Facebook Ads – основи налаштування та оптимізації.

Email-маркетинг. Стратегії, інструменти, автоматизація.

Контент-маркетинг. Створення та розповсюдження цінного контенту.

Тема 6. Штучний інтелект в бізнесі

Зміна бізнесу під впливом впровадження штучного інтелекту: необхідність чи мода. Етичні аспекти використання штучного інтелекту в бізнесі.

Види технологій штучного інтелекту в сучасному бізнесі: машинне навчання і глибоке навчання. Виклики та перешкоди при впровадженні штучного інтелекту в бізнесі та їх подолання. Оптимізація бізнес-операцій компаній з використанням штучного інтелекту: прогнозування тенденцій ринків, взаємодія з клієнтами, товарні інновації, автоматизація внутрішніх процесів, аналіз ризиків та управління потенційними загрозами.

Тенденції та практика використання ШІ в найближчій перспективі.

Література: 1-15.

Тема 7. Хмарні та мобільні технології в бізнесі

Хмарні технології в бізнесі (SaaS, PaaS, IaaS): переваги для масштабування, гнучкості та зниження витрат в бізнесі. Використання хмарних сховищ, офісних пакетів, інструментів для співпраці. Безпека даних у хмарі.

Мобільні технології в бізнесі. Мобільні додатки, мобільний досвід користувача (UX/UI). Мобільний маркетинг в сучасному світі та бізнесі.

Ключова цінність чат-ботів у бізнесі. Види чат-ботів. Напрямки застосування чат-ботів в бізнесі. Переваги чат ботів для бізнесу. Можливості використання сервісу Gerabot.

Література: 1-15.

Тема 8. Електронна комерція

Моделі e-commerce (B2C, B2B, C2C). E-commerce платформи: конструктори, CMS, самописні рішення.

Платіжні системи у цифровому середовищі, як основа сучасних бізнесів. Логістика. Юридичні аспекти. Стратегії просування онлайн-магазину.

Необхідність використання доповненої реальності (AR) в сучасному бізнесі. Ціль використання доповненої реальності: іміджева, практична, прагматична, навігаційна, розважальна та навчальна. Сфери використання доповненої реальності у бізнесі. Переваги AR для e-commerce бізнесу.

Література: 1-15.

Тема 9. Web-аналітика в бізнесі

Web-аналітика, як елемент для вимірювання ефективності діджитал зусиль в бізнесі.

Інструменти Web-аналітики: Google Analytics 4: основи налаштування, збір даних, аналіз звітів, створення власних звітів, визначення KPI.

Аналіз даних з рекламних кабінетів.

Використання даних для прийняття бізнес-рішень.

Тема 10. Digital-моделі управління бізнес-процесами

Суть та значення BPM (Business Process Management). Розвиток BPM: від традиційних підходів до сучасних цифрових моделей. Переваги та виклики бізнесу від автоматизації та цифровізації процесів.

Моделювання бізнес-процесів (BPMN – Business Process Model and Notation). Ключові елементи BPMN: завдання, події, шлюзи, пули, доріжки.

Інструменти та технології для моделювання та управління процесами: Bizagi Process Modeler, Lucidchart, Miro, Draw.io, як альтернативи для візуалізації процесів, BPMS-системи (Business Process Management Suites), Intalio BPMS, Camunda, Appian, Pega.

Інструменти для контролю та оптимізації бізнес-процесів: Process Mining (аналіз процесів), системи збалансованих показників (Balanced Scorecard), хмарні рішення для BPM.

Інструменти, які спрощують впровадження ERP-систем, а також інструменти контролю за виконанням бізнес-процесів.

Література: 1-15.

Тема 11. Кібербезпека та управління ризиками в цифровому бізнесі

Витік даних бізнесу. Збої у роботі комп'ютеризованих систем бізнесу.

Економічні та соціальні виклики цифровізації бізнесу. Порушення ринку праці у зв'язку з розвитком автоматизації процесів, використання робототехніки. Загроза структурного безробіття за неможливості адаптації потрібних навичок. Розрив у рівнях заробітної плати через використання цифрових технологій. Менший доступ до соціальних гарантій (відсутність пакета соціального та медичного страхування) під час online-зайнятості.

Кібербезпека для бізнесу: комплекс заходів і стратегій, спрямованих на захист інформаційних систем, мереж, даних та активів компаній від кібератак, несанкціонованого доступу, крадіжок, порушень даних у цифровому просторі.

Захисні процеси для бізнесу: спеціалізоване програмне забезпечення, методи шифрування, процедури резервного копіювання, політик доступу та навчання співробітників.

Література: 1-15.

**4. Структура залікового кредиту з дисципліни
«Digital-технології для розвитку бізнесу»**

(денна форма навчання)

Теми курсу	Кількість годин					
	Лекції	Практ. заняття	СРС	Тренінг	ІРС	Контрольні заходи
Змістовий модуль 1						
Загальні основи та практика використання Digital-технології для розвитку бізнесу						
Тема 1. Теоретичні основи Digital-інструментарію бізнес-процесів	2	1	8	0,5	1	Тести, опитування
Тема 2. Цифрова стратегія бізнесу	2	1	8	0,5		Тести, опитування, завдання
Тема 3. CRM-система в комунікації бізнесу і споживачів	4	2	9	1		Тести, опитування, завдання
Тема 4. PIM-система як інструмент керування інформацією про товари	4	2	9	1		Тести, опитування, завдання
Тема 5. Digital-маркетинг в бізнесі	2	1	8	0,5	1	Тести, опитування, завдання
Тема 6. Штучний інтелект в бізнесі	4	1	9	1		Тести, опитування, завдання
Тема 7. Хмарні та мобільні технології в бізнесі	4	1	8	0,5		Тести, опитування, завдання
Тема 8. Електронна комерція	4	2	9	1		Тести, опитування
Тема 9. Web-аналітика в бізнесі	2	1	8	1		Тести, опитування, завдання
Тема 10. Digital-моделі управління бізнес-процесами	2	1	9	0,5	1	Тести, опитування, завдання
Тема 11. Кібербезпека та управління ризиками в цифровому бізнесі	2	1	8	0,5		Тести, опитування, завдання
ВСЬОГО	32	14	93	8	3	

**Структура залікового кредиту з дисципліни
«Digital-технології для розвитку бізнесу»**

(заочна форма навчання)

Теми курсу	Кількість годин		
	Лекції	Практ. заняття	СРС
Змістовий модуль 1			
Загальні основи та практика використання Digital-технології для розвитку бізнесу			
Тема 1. Теоретичні основи Digital-інструментарію бізнес-процесів	0,5	1	12
Тема 2. Цифрова стратегія бізнесу	0,5		12
Тема 3. CRM-система в комунікації бізнесу і споживачів	1		13
Тема 4. PIM-система як інструмент керування інформацією про товари	1		13
Тема 5. Digital-маркетинг в бізнесі	1	1	12
Тема 6. Штучний інтелект в бізнесі	0,5		13
Тема 7. Хмарні та мобільні технології в бізнесі	0,5		12
Тема 8. Електронна комерція	1	1	13
Тема 9. Web-аналітика в бізнесі	1		13
Тема 10. Digital-моделі управління бізнес-процесами	1	1	13
Тема 11. Кібербезпека та управління ризиками в цифровому бізнесі	-		12
ВСЬОГО	8	4	138

4. Тематика практичних завдань з дисципліни «Digital-технології для розвитку бізнесу»

Практичне заняття № 1

Тема 1. Теоретичні основи Digital-інструментарію бізнес-процесів (1 год.)

Тема 2. Цифрова стратегія бізнесу (1 год.)

Мета: охарактеризувати основні аспекти цифровізації бізнес-процесів, складові процесу цифровізації, визначити ключові інструменти цифровізації, охарактеризувати основні складові та етапи розробки цифрової стратегії, дослідити моделі цифрової трансформації та вивчити використання цифрових технологій під бізнес-завдання, дослідити переваги використання сучасної технології автоматизації бізнес-процесів.

Питання для обговорення:

1. Теоретичні основи цифровізації бізнес-процесів.
2. Інструменти цифровізації бізнесу.
3. Цифрова стратегія: цілі, етапи та інструменти.
4. Напрямки та модель цифрової трансформації
5. Сучасні технології автоматизації бізнес-процесів RPA (Robotic Process Automation).

Література: 1-15.

Практичне заняття № 2

Тема 3. CRM-система в комунікації бізнесу і споживачів (1 год.)

Тема 4. PIM-система як інструмент керування інформацією про товари (1 год.)

Мета: розкрити суть та зміст клієнтської бази, охарактеризувати програми для ведення клієнтської бази, вивчити алгоритм, налаштування та інтеграцію CRM-системи в бізнесі та ключові функціональності CRM-системи, розкрити суть та основні аспекти використання системи управління інформацією про продукцію в бізнес-діяльності, дослідити переваги використання PIM для ефективного розвитку бізнесу.

Питання для обговорення:

1. Види клієнтських баз та структура бази CRM.
2. Ключові CRM-функціональності.
3. Переваги використання CRM для зростання ефективності бізнесу.
4. Зміст та необхідність використання системи управління інформацією про продукт (PIM).

Переваги управління товарною інформацією.

5. Алгоритм налаштування PIM-системи у виробничій діяльності бізнесу.

Література: 1-15.

Практичне заняття № 3

Тема 5. Digital-маркетинг в бізнесі (2 год.)

Мета: розкрити суть Digital-маркетингу в бізнесі, дослідити основні інструменти цифрового маркетингу в соціальних мережах, сфери використання контекстної та таргетованої реклами для ефективного розвитку бізнесу.

Питання для обговорення:

1. Пошукова оптимізація (SEO) як елемент видимості бізнесу онлайн.
2. Маркетинг у соціальних мережах (SMM). Переваги управління товарною інформацією.
3. Email-маркетинг.
4. Контент-маркетинг.

Література: 1-15.

Практичне заняття № 4

Тема 6. Штучний інтелект в бізнесі (1 год.)

Тема 7. Хмарні та мобільні технології в бізнесі (1 год.)

Мета: дослідити необхідність використання штучного інтелекту в бізнесі та виділити його етичні аспекти; розкрити види технологій ШІ, виклики та перешкоди при впровадженні штучного інтелекту в бізнесі та їх подолання, охарактеризувати галузі використання ШІ в Україні, розуміти переваги та вміти використовувати хмарні та мобільні технології, чат-боти та роботизовані системи в організації і розвитку бізнес діяльності.

Питання для обговорення:

1. Види технологій штучного інтелекту в сучасному бізнесі. Етичні аспекти використання штучного інтелекту в бізнесі.
 2. Тенденції та практика використання ШІ в найближчій перспективі.
 3. Хмарні технології в бізнесі.
 4. Мобільні технології в бізнесі.
 5. Ключова цінність чат-ботів у бізнесі
- Література: 1-15.

Практичне заняття № 5

Тема 8. Електронна комерція (2 год.)

Мета: розуміти переваги та недоліки електронної комерції, її платформи, використання платіжних систем та доповненої реальності (AR) в сучасному бізнесі.

Питання для обговорення:

1. Моделі та платформи e-commerce.
2. Платіжні системи у цифровому середовищі, як основа сучасного бізнесу.
3. Суть і необхідність використання доповненої реальності (AR) в сучасному бізнесі.

Література: 1-15.

Практичне заняття № 6

Тема 9. Web-аналітика в бізнесі (2 год.)

Мета: ознайомитися та вміти використовувати елементи Web-аналітики для вимірювання ефективності діджитал зусиль в бізнесі, вміти аналізувати інформацію з рекламних кабінетів.

Питання для обговорення:

1. Web-аналітика, як елемент для вимірювання ефективності діджитал зусиль в бізнесі.
2. Інструменти Web-аналітики системи у цифровому середовищі, як основа сучасного бізнесу.
3. Аналіз даних та їх використання для прийняття бізнес-рішень.

Література: 1-15.

Практичне заняття № 7

Тема 10. Digital-моделі управління бізнес-процесами (1 год.)

Тема 11. Кібербезпека та управління ризиками в цифровому бізнесі (1 год.)

Мета: вміти створювати діаграми процесів і документації при використанні моделі Bizagi Process Modeler, вміти будувати та аналізувати бізнес-процеси в моделі Intalio BPMS, вміти використовувати інструменти моделювання бізнес-процесів і публікації моделей та інтегрувати між собою засоби розроблення системи збалансованих показників, оцінювання й оптимізації вартості бізнес-процесів; розуміти необхідність використання спеціалізованого програмного забезпечення для захисту цифрових технологій та вміти виявляти загрози при використанні Digital-технологій в управлінні бізнес-процесами під час війни.

Питання для обговорення:

1. Діаграми процесів і документації при використанні моделі Bizagi Process Modeler.
2. Побудова та аналіз бізнес-процесів в моделі Intalio BPMS.
3. Інструменти моделювання бізнес-процесів та інтеграція з іншими системами.
4. Кібербезпека для бізнесу: захист інформаційних систем, мереж, даних та активів компаній від кібератак, несанкціонованого доступу, крадіжок, порушень даних у цифровому просторі.
5. Збої у роботі комп'ютеризованих систем бізнесу. Виклики для бізнесу в період війни.

Література: 1-15.

6. Самостійна робота

Самостійну роботу виконують у вигляді представлення аналітичного завдання:

1. Проаналізувати стратегію SMM компанії X, виявити сильні та слабкі сторони, запропонувати покращення.
2. Створити прототип простого чат-бота для обслуговування клієнтів невеликого інтернет-магазину.

3. Розробити структуру бази даних для РІМ-системи для 5-10 товарів певної категорії.

Критеріями оцінювання самостійної роботи є обсяг зібраної та опрацьованої інформації, грамотність та доцільність застосування інструментів, самостійність та обґрунтованість висновків за результатами проведеного аналізу.

7. Тренінг з дисципліни

Організація і проведення тренінгу

1. Вступна частина проводиться з метою ознайомлення студентів з темою тренінгового заняття.

2. Організаційна частина полягає у створенні робочого настрою в колективі студентів, визначення правил проведення тренінгу. Можлива наявність інформаційно-цифрового матеріалу у вигляді таблиць, бланків документів.

3. Практична частина шляхом виконання завдань у групах студентів у кількості 3-5 осіб з певних проблемних питань теми тренінгу.

4. Підведення підсумків. Підготовка презентації за результатами аналітичного звіту.

Тематика тренінгу:

1. Використання POS-терміналів у бізнесі (Smart-kasa, Checkbox, BAS Small Business та інше) як елемент Digital-технологій в торгівлі.

2. Хмарні технології та інструменти обміну інформацією в сфері бізнесу (на прикладі конкретного виду бізнес діяльності).

8. Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

У процесі вивчення дисципліни «Мікроекономічний аналіз» використовуються наступні засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання:

- стандартизовані тести;
- поточне опитування;
- залікове модульне тестування та опитування;
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- оцінювання результатів самостійної роботи;
- студентські презентації та виступи на наукових заходах;
- залік.

9. Критерії, форми поточного і підсумкового контролю

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни «Digital-технології в розвитку бізнесу» визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

Модуль 1		Модуль 2	Модуль 3
40%	40%	5 %	15%
Поточне оцінювання	Модульний контроль 1	Тренінг	Самостійна робота
1. Оцінка за поточне оцінювання визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час занять (11 тем – від 7-и до 10-и оцінок) 2. Оцінка за Модульний контроль 1 виставляється на підставі виконання модульної роботи за темами 1-9 (тестування, теоретичні питання, задачі)		Оцінка за тренінг визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих за виконання завдань під час тренінгу.	Оцінювання завдання на тему: 1. Сучасні особливості розвитку електронної торгівлі: переваги та ризики у практичній бізнес діяльності (приклад конкретної фірми) 2. Сучасні трансформації CRM-систем: практика використання у сучасному бізнесі (приклад конкретної фірми) 3. Виклики та загрози чи можливості і результат у використанні ІІІ в бізнесі (на прикладі малого і середнього бізнесу) 4. Виклики та загрози чи можливості і результат у використанні доповненої реальності в бізнесі (на прикладі малого і середнього бізнесу)

Модуль 1

1. Поточне оцінювання: оцінка визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих на практичних заняттях.

Критерії оцінювання поточного опитування:

90 – 100 балів. Студент має глибокі знання з тем практичних занять. Відповідь змістовна, ґрунтовна та відповідає вимогам. При підготовці до заняття студент не обмежується тільки матеріалами лекції. Під час практичного заняття студент активно приймає участь в дискусіях та доповнює відповіді інших. Під час відповіді активно наводить приклади для кращого розуміння матеріалу. Вдало поєднує теоретичні знання та практичні вміння з даної дисципліни. Володіє навичками розв'язування задач та обґрунтування отриманих результатів.

75 – 89 балів. Студент знає програмний матеріал повністю. Відповідь відповідає вимогам. Студент своєчасно готується до заняття. Під час заняття студент відповідає на поставлені запитання. Проте існують проблеми з застосуванням прикладів з практичної діяльності. Існують певні помилки в трактуванні поставленого питання. Володіє навичками розв'язування задач, але може припускатися певних помилок у розрахунках або обґрунтуванні отриманих результатів.

60 – 74 бали. Студент знає основну тему заняття, має уявлення про поставлене питання, але його знання мають загальний характер. Відповіді базуються лише тільки на лекційному курсі і практично не підкріплені прикладами. Має певні прогалини в інших темах, на яких базується матеріал практичного заняття. Має деякі труднощі у розв'язуванні задач, зокрема може припускатися певних помилок, які впливають на отримані результати, або не може правильно їх інтерпретувати.

1 – 59 балів. Студент повністю не знає програмного матеріалу, не працює в аудиторії, не готовий відповідати на будь-яке запитання з теми практичного заняття. Має значні труднощі або не може розв'язувати задачі.

2. Модульний контроль: оцінка виставляється як середнє арифметичне з оцінок за кожне завдання модульної роботи, яка передбачає виконання завдань (тестування, теоретичні питання, задачі) за темами, визначеними в межах відповідних залікових модулів.

Критерії оцінювання

2.1. Тестування

20 тестових завдань – 5 балів за кожну правильну відповідь.

10 тестових завдань – 10 балів за кожну правильну відповідь.

2.2. Теоретичне питання

90 – 100 балів. Відповідь правильна, вичерпна та добре аргументована, містить аналіз та критичну оцінку матеріалу. Студент володіє спеціалізованою термінологією, демонструє всебічні та глибокі знання, встановлює причинно-наслідкові зв'язки.

75 – 89 балів. Відповідь містить ключові теоретичні поняття, повна та логічно структурована. Студент добре орієнтується в теоретичному матеріалі та наводить приклади, які ілюструють його основні положення.

60 – 74 бали. Відповідь поверхнева, не розкриває усіх аспектів питання. містить Студент володіє загальними знаннями з теми, але припускається незначних неточностей або помилок.

1 – 59 балів. Відповідь нелогічна та неповна. Студент володіє лише базовими визначеннями та основними поняттями, припускається суттєвих помилок або взагалі не може відповісти на питання.

2.3. Задача

90 – 100 балів. Задача розв'язана правильно, надано повне та вичерпне пояснення до кожного кроку. Відповідь правильна та обґрунтована. Проаналізовано отримані результати та зроблено відповідні висновки.

75 – 89 балів. Правильно обрано алгоритм розв'язання задачі. Більшість розрахунків виконано з поясненням і без помилок. Отримана відповідь правильна.

60 – 74 бали. Обрано правильний хід розв'язання задачі, але присутні значні помилки в розрахунках. Відповідь неправильна. Отримані результати необґрунтовано або обґрунтовано частково.

1 – 59 балів. Обрано неправильний хід розв'язання задачі, присутні значні помилки в розрахунках. Відповідь неправильна.

Модуль 2

Тренінг. Оцінка визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих за виконання завдань.

Критерії оцінювання тренінгу:

90 – 100 балів. Студент бере активну участь у тренінгу, демонструє глибоке розуміння теми, вміє застосовувати набуті теоретичні знання на практиці.

75 – 89 балів. Студент бере активну участь, але його відповіді не завжди повні або аргументовані.

65 – 74 бали. Студент бере участь частково, його відповіді поверхові.

60 – 64 бали. Студент бере мінімальну участь, демонструє неповні знання.

1 – 59 балів. Відсутність участі, відсутність результату.

Модуль 3

Критерії оцінювання самостійної роботи:

90 – 100 балів. Студент представив винятково глибоку та всебічну роботу. Всі елементи детально та логічно опрацьовані. Проведено глибокий обраної теми. Розрахунки є точними. Робота демонструє оригінальність ідеї, креативний підхід, а оформлення – бездоганне.

75 – 89 балів. Робота виконана на високому рівні, але має незначні недоліки. Всі ключові елементи дослідження присутні, але деякі з них можуть бути розкриті недостатньо глибоко. Загалом, робота якісна, відповідає всім вимогам, але не містить виняткових рішень чи глибокого аналізу.

60 – 74 бали. Завдання виконано на достатньому рівні, але з помітними помилками та недоліками. Робота з обраної теми містить усі основні блоки, але вони описані поверхово або містять логічні прогалини, при цьому вона є неповна або містить узагальнення. Робота потребує значних доопрацювань, але основні вимоги виконані.

1 – 59 балів. Робота не відповідає основним вимогам завдання. Відсутні ключові елементи або вони описані неправильно. Відсутній або вкрай поверхневий зміст теми. Робота демонструє нерозуміння теми, що вимагає повторного виконання завдання.

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 перескладання)
1 – 34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)

10. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

№ п/п	Найменування	Номер теми
1.	Мультимедійний проектор	1-11
2.	Прикладне програмне забезпечення загального призначення (засоби Microsoft Office)	1-11
3.	Комп'ютери з базовим і спеціалізованим програмним забезпеченням, що застосовуються в економічній діяльності	1-11
4.	Комунікаційна навчальна платформа (Moodle) для організації дистанційного навчання (за необхідності)	1-11

Рекомендовані джерела інформації:

1. Боліла С.Ю. Роль інформаційних технологій та цифрових інструментів в умовах викликів війни та післявоєнного відновлення економіки України. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка. 2023. Випуск 16. С. 265-274.
2. Гордієнко І. В. Інформаційні системи і технології в менеджменті: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / І. В. Гордієнко. 2-ге вид., переробл. і доповн. Київ: КНЕУ. 2023. 259с.
3. Інформаційні системи і технології на підприємствах: конспект лекцій (для студентів і слухачів спеціальності «Економіка підприємства») / уклад. В. М. Охріменко, Т. Б. Воронкова. Харків: ХНАМГ. 2021. 185 с.
4. Міністерство та Комітет цифрової трансформації України. URL: <https://thedigital.gov.ua/>
5. Черняєва А. (2024). Використання новітніх цифрових інструментів та технологій ведення бізнесу. *Економіка та суспільство*, (60). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-89>
6. What is Digital Transformation? (2022) Available at: <https://www.gartner.com/en/search?keywords=digital%20transformation>
7. The Fourth Industrial Revolution Is Here – Are You Ready? (2021) Available at: <https://www2.deloitte.com/insights/us/en/focus/industry-4-0/overview.html>
8. Arbabi H. (2022) How digital transformation can change our business world for the better. Available at: <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2022/06/01/how-digital-transformation-can-change-our-business-world-for-the-better/?sh=4377bc137fa6>
9. Business Process Reengineering (2023). Available at: <https://www.cflowapps.com/business-process-reengineering>
10. Rasool S. (2021) Digital Transformation: Pros and Cons. Available at: <https://www.digital-adoption.com/digital-transformationpros-and-cons/>
11. Howard D. (2022) Pros and cons of digital workplace. Available at: <https://www.openkm.com/blog/pros-and-cons-of-digitalworkplace.html>
12. Tabrizi B., Lam E., Girard K. & Irvin V. (2019) Digital transformation is not about technology. Available at: <https://hbr.org/2019/03/digital-transformation-is-not-about-technology>
13. Peterson E. & Fogelberg E. (2020) The role of digital transformation in driving sustainable business value. *Journal of Business Research*, no. 118, pp. 301–309.
14. Bihani V. (2023) 4 ways small businesses can create a stellar digital transformation strategy. Available at: <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2023/02/14/4-ways-small-businesses-can-create-a-stellar-digital-transformation-strategy/?sh=674c565173ff>
15. What Is Digital Transformation? Available at: <https://www.salesforce.com/products/platform/what-is-digital-transformation>