

СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ ВІЛЬНОГО ВИБОРУ ЗДОБУВАЧІВ «ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ У МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ І МАРКЕТИНГУ»

Лектор курсу	Дарчук Вероніка Геннадіївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу
Контактна інформація лектора (e-mail),	i.sovershenna@duikt.edu.ua
Сторінка курсу в Google Classroom	tg4raujs

Дисципліна вільного вибору здобувачів

Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:				
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка
			18	-	36	-	96

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Мета курсу:	формування у магістрів цілісної системи знань та прикладних навичок щодо використання інноваційних цифрових інструментів для організації торговельних операцій на світових ринках, побудови глобальних маркетингових комунікацій та управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства в умовах цифровізації.		
В результаті вивчення дисципліни здобувач має знати		В результаті вивчення дисципліни здобувач має вміти	
– Механізми цифрової торгівлі: принципи функціонування глобальних маркетплейсів (B2B, B2C), електронних бірж та аукціонів. – Інструментарій MarTech: сучасні технології автоматизації маркетингу, можливості штучного інтелекту та Big Data в аналізі міжнародних ринків. – Цифрові платіжні системи: особливості використання блокчейн-технологій, смарт-контрактів та цифрових валют у транскордонних розрахунках. – Нормативно-правове регулювання: міжнародні стандарти захисту даних (GDPR), правила електронної комерції та кібербезпеки в глобальному просторі.		– Оптимізувати канали збуту: обирати та інтегрувати міжнародні цифрові платформи для виходу компанії на зовнішні ринки. – Управляти Digital-комунікаціями: розробляти стратегії просування брендів у глобальних пошукових системах та соціальних медіа з урахуванням специфіки різних країн. – Проводити Digital-аналітику: використовувати інструменти наскрізної аналітики для моніторингу ефективності міжнародних торговельних операцій. – Впроваджувати інновації: адаптувати бізнес-моделі компанії до умов цифрової трансформації світової економіки.	

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми	Вид заняття	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
Розділ 1. Стратегії та моделі цифрової трансформації в міжнародному середовищі		
Тема 1. Глобальні тренди цифрової трансформації міжнародної торгівлі та маркетингу. Знати: ключові етапи диджиталізації світової економіки та показники готовності країн до цифрової торгівлі. Вміти: ідентифікувати цифрові розриви між регіонами та оцінювати вплив глобальних трендів на стратегію компанії Рекомендовані джерела: 2, 6, 7, 14, 15, 18, 19 Оцінювання за тему = 10 балів	Лекція 1 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 1 2 год.	Усне опитування. Аналіз звітів UNCTAD та WTO: оцінювання рівня розвитку цифрової торгівлі в країнах Європи за показниками обсягів електронної торгівлі, цифрового експорту послуг, доступу до Інтернету та розвитку цифрової інфраструктури; визначення країн-лідерів і цифрових розривів між країнами регіону.
	Практичне заняття 2 2 год.	Усне опитування, тематична дискусія. Доповіді з презентаціями за результатами аналізу глобальних трендів цифрової трансформації міжнародної торгівлі та маркетингу, рівня цифровізації окремих країн і регіонів світу, цифрових розривів та їх впливу на діяльність міжнародних компаній.
	Самостійна робота 10 год.	1.Опрацювати матеріалів UNCTAD та WTO щодо сучасних тенденцій розвитку цифрової торгівлі. Визначення ключових трендів та показників цифрової трансформації міжнародної торгівлі.

		2. Порівняльний аналіз рівня розвитку цифрової торгівлі у 2–3 країнах обраного регіону світу. Виявлення основних відмінностей та цифрових розривів.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 1	Digital Trade (WTO e-Learning) — курс присвячений розвитку цифрової торгівлі, впливу цифрових технологій на міжнародні торговельні процеси, можливостям і викликам цифрової економіки та особливостям регулювання цифрової торгівлі. Statistics on the Digital Economy, E-Commerce and Digital Trade (UNCTAD) — курс присвячений методам оцінювання цифрової економіки, електронної та цифрової торгівлі, системі відповідних статистичних показників, джерелам даних і порівнянню рівня цифрового розвитку країн. Курс викладається англійською мовою та передбачає отримання сертифіката.	
Тема 2. Новітні бізнес-моделі в цифрову епоху: платформи, екосистеми та мережевий маркетинг <u>Знати:</u> відмінності між лінійними бізнес-моделями та цифровими платформами (D2C, B2B2C). <u>Вміти:</u> проектувати ціннісну пропозицію в межах цифрової екосистеми. Рекомендовані джерела: 2, 6, 12, 14, 18, 19 Оцінювання за тему = 12 балів	Лекція 2 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 3 2 год.	Усне опитування, тематична дискусія. Порівняльний аналіз лінійної, D2C, B2B2C та платформної бізнес-моделей на прикладі міжнародних компаній (Amazon, Alibaba, Airbnb, Uber, Spotify). Визначення учасників цифрової екосистеми, способів створення та монетизації цінності, ролі мережевих ефектів.
	Практичне заняття 4 2 год.	Проектування ціннісної пропозиції цифрової платформи. Робота з кейсом. Розроблення ціннісної пропозиції для обраної цифрової платформи або екосистеми: визначення цільових сегментів, потреб клієнтів, ключової цінності, цифрових каналів взаємодії та партнерів. Побудова Value Proposition Canvas та презентація результатів.
	Самостійна робота 10 год.	1. Дослідження сучасних цифрових бізнес-моделей. Опрацювати особливості D2C, B2B2C, платформних та екосистемних моделей; навести приклади їх використання міжнародними компаніями. 2. Аналіз цифрової екосистеми міжнародної компанії. Обрати одну компанію (Amazon, Alibaba, Airbnb, Uber, Spotify тощо), визначити основних учасників її екосистеми, характер взаємодії між ними, джерела створення цінності та прояви мережевого ефекту.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 2	Platform Thinking: What's Beyond Uber? (Coursera, Politecnico di Milano) — курс присвячений платформним бізнес-моделям і цифровим екосистемам, механізмам взаємодії між різними групами користувачів та створенню, розподілу й отриманню цінності в межах платформи. Розглядаються приклади Uber, Airbnb, Amazon та інших цифрових платформ. Цінність бізнес-моделей (Prometheus, Delft University of Technology) — україномовний курс про аналіз та проектування бізнес-моделей, створення цінності, бізнес-інновації та використання практичних інструментів для вдосконалення бізнес-моделі. Курс містить відеолекції, практичні завдання, конспекти та тести для самоперевірки.	
Тема 3. Глобальні електронні маркетплейси як інструмент виходу на зовнішні ринки (Amazon, Alibaba, eBay та інші). <u>Знати:</u> класифікацію та специфіку роботи на Amazon, Alibaba, eBay, Etsy, Rakuten.	Лекція 3 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 5 2 год.	Усне опитування, робота з кейсами. Порівняльний аналіз Amazon, Alibaba, eBay, Etsy та Rakuten за цільовими ринками, моделлю продажів (B2C, B2B, C2C), товарною спеціалізацією, вимогами до продавців, комісіями, способами оплати, логістикою та інструментами просування. Вибір маркетплейсу для виходу української компанії на конкретний зовнішній ринок та обґрунтування вибору.

<u>Вміти:</u> розробляти алгоритм лістингу товарів та стратегію просування на міжнародних торговельних майданчиках. <u>Рекомендовані джерела:</u> 6, 7, 10, 12, 15, 19 Оцінювання за тему = 10 балів	Практичне заняття 6 2 год.	Практичний кейс. Розроблення лістингу обраного товару для Amazon, eBay, Etsy або іншого міжнародного маркетплейсу: формування назви товару, опису, ключових характеристик, ключових слів, ціни та вимог до візуального контенту. Розроблення базової стратегії просування товару із використанням внутрішньої реклами маркетплейсу, відгуків, акцій та інших інструментів залучення покупців.
	Самостійна робота 10 год.	1. Дослідження міжнародних маркетплейсів. Порівняти умови роботи продавців на двох міжнародних маркетплейсах за критеріями реєстрації, комісій, логістики, платежів та доступу до міжнародних ринків. 2. Аналіз конкурентних товарних пропозицій. Проаналізувати 3–5 аналогічних товарів на обраному маркетплейсі за ціною, рейтингом, відгуками, контентом та способами просування; визначити можливості диференціації власної пропозиції.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 3	eBay Seller Center — Listing Essentials (eBay) — навчальні матеріали для продавців щодо створення та оптимізації товарних лістингів на eBay. Розглядаються формування назви й опису товару, вибір категорій, підготовка фотографій, встановлення конкурентної ціни, доставка та рекламне просування товарів. Курс на експорт (Prometheus) — україномовний курс, присвячений організації експортної діяльності та виходу бізнесу на зовнішні ринки. Окремий модуль присвячено використанню платформ електронної торгівлі в експортній діяльності, зокрема продажам на Amazon та Etsy. Також розглядаються пошук закордонних партнерів, вимоги до продукції та юридичні аспекти експорту.	
Тема 4. Цифрові фінансові інструменти та платіжні системи в транскордонних розрахунках. <u>Знати:</u> види міжнародних цифрових платежів (Stripe, PayPal, Payoneer) та принципи крипто-еквайрингу; <u>Вміти:</u> обирати оптимальну платіжну систему для мінімізації транзакційних витрат при експорті. <u>Рекомендовані джерела:</u> 3, 12, 14, 15, 19 Оцінювання за тему = 12 балів	Лекція 9. 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 17 2 год.	Усне опитування, робота з кейсами. Порівняльний аналіз Stripe, PayPal та Payoneer за критеріями доступності для експортерів, географії платежів, підтримуваних валют, способів приймання коштів, комісій, конвертації валют та строків зарахування. Вибір платіжної системи для заданого сценарію міжнародної електронної торгівлі.
	Практичне заняття 18 2 год.	Розрахунково-аналітичне завдання. Розрахунок сукупних транзакційних витрат при отриманні міжнародного платежу через різні платіжні системи з урахуванням комісії за транзакцію, валютної конвертації та виведення коштів. Порівняння традиційного еквайрингу та крипто-еквайрингу. Обґрунтування вибору платіжного рішення для конкретного експортного кейсу.
	Самостійна робота 10 год.	1. Дослідження цифрових платіжних інструментів. Порівняти Stripe, PayPal та Payoneer за основними умовами здійснення транскордонних розрахунків і сферами їх використання в міжнародній електронній торгівлі. 2. Мінікейс «Платіжне рішення для експортера». Для заданої країни, товару/послуги та суми операції обрати платіжну систему, визначити переваги, витрати й основні ризики та коротко обґрунтувати вибір.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 4	The Future of Payment Technologies (Coursera, University of Michigan) — курс присвячений сучасним платіжним технологіям, цифровим гаманцям, електронним переказам, мобільним платежам, токенизації та платіжним екосистемам. Розглядаються принципи функціонування платіжних систем, їх переваги й недоліки та технологічні інновації у сфері платежів.	

Financial Technology (FinTech) Innovations (Coursera, University of Michigan) — спеціалізація присвячена сучасним фінансовим технологіям, зокрема цифровим платіжним системам, платіжному процесингу, мобільному банкінгу, blockchain та іншим технологічним інноваціям у фінансовій сфері.		
Розділ 2. Інструментарій та технологічні рішення цифрового маркетингу і торгівлі		
Тема 5. Кібербезпека, етика та правове регулювання цифрової активності в глобальному середовищі <u>Знати:</u> вимоги GDPR, CCPA та Директиви ЄС щодо електронної комерції <u>Вміти:</u> розробляти політику конфіденційності (Privacy Policy) для міжнародного сайту. <u>Рекомендовані джерела:</u> 12, 14, 15, 18, 19 Оцінювання за тему = 10 балів	Лекція 4 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 7 2 год.	Усне опитування, тематична дискусія, аналіз кейсів. Порівняння основних вимог GDPR та CCPA щодо збору, обробки, зберігання і передачі персональних даних користувачів. Аналіз вимог законодавства ЄС до електронної комерції та цифрового маркетингу. Визначення правових та етичних ризиків діяльності міжнародної компанії в цифровому середовищі.
	Практичне заняття 8 2 год.	Практичний кейс. Аналіз структури політик конфіденційності міжнародних компаній. Розроблення базової Privacy Policy для умовного міжнародного інтернет-магазину: визначення категорій персональних даних, цілей їх обробки, використання cookies, передачі даних третім сторонам, строків зберігання та прав користувачів. Перевірка відповідності основним вимогам GDPR.
	Самостійна робота 12 год.	1. Аналіз Privacy Policy міжнародної компанії. Обрати міжнародний інтернет-магазин або цифрову платформу та визначити, які персональні дані збираються, з якою метою вони використовуються, кому можуть передаватися та які права надаються користувачам. 2. Мінікейс «Безпечний міжнародний сайт». Визначити основні правові, етичні та кібербезпекові ризики для умовного міжнародного інтернет-магазину та запропонувати 5–7 заходів щодо захисту персональних даних і безпечної взаємодії з користувачами.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 5	Cybersecurity for Everyone (Coursera, University of Maryland) — курс охоплює базові принципи кібербезпеки, основні цифрові загрози, управління ризиками, захист інформації та питання політики й регулювання кібербезпеки. Introduction to GDPR (Coursera) — навчальні курси з основ General Data Protection Regulation (GDPR), принципів законної обробки персональних даних, прав суб'єктів даних, згоди користувачів, відповідальності організацій та забезпечення конфіденційності.	
Тема 6. Штучний інтелект та машинне навчання в персоналізації міжнародних маркетингових комунікацій. <u>Знати:</u> методи генеративного ШІ для створення контенту та алгоритми рекомендаційних систем. <u>Вміти:</u> налаштовувати ШІ-інструменти для автоматичного перекладу та локалізації маркетингових повідомлень.. <u>Рекомендовані джерела:</u> 1, 2, 7, 10, 12, 18, 19 Оцінювання за тему = 12 балів	Лекція 5 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 9 2 год.	Усне опитування, навчальна міні-дискусія, практичний кейс. Тестування інструментів генеративного ШІ для створення рекламних текстів і візуальних креативів для різних національних ринків. Порівняння результатів за критеріями відповідності цільовій аудиторії, культурному контексту, тону комунікації та маркетинговій меті.
	Практичне заняття 10 2 год.	Усне опитування, практичне завдання. Тестування ШІ-інструментів для автоматичного перекладу та локалізації маркетингового повідомлення для 2–3 зарубіжних ринків. Адаптація слогану, рекламного тексту та заклику до дії (СТА) з урахуванням мовних і культурних особливостей цільових аудиторій. Порівняння результатів та вибір найбільш відповідного варіанта локалізації.
	Самостійна робота	1. Розроблення сценарію ШІ-чат-бота. Для обраної міжнародної компанії визначити цільову аудиторію, функції чат-бота та розробити сценарій діалогу з клієнтом для типових

	12 год.	ситуацій: консультація, пошук товару, оформлення замовлення, доставка та звернення після покупки. 2. Локалізація сценарію для двох зарубіжних ринки. За допомогою ШІ адаптувати окремі повідомлення чат-бота для двох країн з урахуванням мови, стилю комунікації та культурних особливостей. Представити результати у вигляді схеми сценарію та 5–7 прикладів повідомлень.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 6	AI for Marketing (HubSpot Academy) — безкоштовний курс із практичного застосування ШІ в маркетингу. Розглядаються створення контенту за допомогою ШІ, prompt engineering, персоналізація клієнтського досвіду, аналіз даних, прогнозування та відповідальне й етичне використання ШІ. Generative AI in Marketing (Coursera, Emory University) — курс присвячений застосуванню генеративного ШІ в маркетингу, створенню текстового й візуального контенту, роботі з LLM та prompt engineering, автоматизації маркетингових завдань і персоналізації взаємодії з клієнтами. Окремо розглядається використання ШІ для залучення та утримання споживачів.	
Тема 7. Технологія блокчейн та смарт-контракти в міжнародній логістиці та торгівлі. <u>Знати:</u> принципи простежуваності ланцюгів постачання (provenance) та логіку виконання смарт-контрактів... <u>Вміти:</u> оцінювати переваги переходу на цифрові коносаменти та митні документи на базі блокчейну. <u>Рекомендовані джерела:</u> 3, 14, 15, 19 Оцінювання за тему = 10 балів	Лекція 6 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 11 2 год.	Усне опитування, практичний кейс. Моделювання виконання експортної операції за допомогою смарт-контракту: визначення сторін угоди, умов поставки й оплати, подій-тригерів та алгоритму автоматичного виконання зобов'язань. Побудова схеми «умова - подія - виконання».
	Практичне заняття 12 2 год.	Усне опитування, навчальна дискусія, аналіз кейсу. Порівняння паперового та електронного коносаменту (eBL). Аналіз можливостей блокчейну для простежуваності походження товару та руху вантажу в міжнародному ланцюгу постачання. Визначення переваг, ризиків і обмежень використання цифрових торговельних і митних документів.
	Самостійна робота 10 год.	1. Дослідження застосування блокчейну в міжнародній торгівлі. Опрацювати 2–3 приклади використання технології для простежуваності товарів, цифровізації торговельних документів або торговельного фінансування. 2. Мінікейс «Цифровізація експортної операції». Побудувати спрощену схему міжнародної поставки та визначити, на яких її етапах доцільно застосувати блокчейн, смарт-контракт та електронні торговельні документи. Сформулювати 3–5 очікуваних переваг для експортера.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 7	Web3 and Blockchain Transformations in Global Supply Chains (Coursera, INSEAD) — курс присвячений використанню блокчейну в глобальних ланцюгах постачання та міжнародній торгівлі. Introduction to Supply Chain Finance & Blockchain Technology (Coursera, New York Institute of Finance) — курс охоплює основи фінансування ланцюгів постачання та застосування блокчейн-технологій у цій сфері.	
Тема 8. Хмарні технології та Big Data у стратегічному аналізі світових ринків <u>Знати:</u> архітектуру хмарних рішень (SaaS, PaaS) та джерела великих даних для маркетингової розвідки, <u>Вміти:</u> використовувати інструменти предиктивної аналітики для прогнозування попиту на іноземних ринках. <u>Рекомендовані джерела:</u> 1, 11, 13, 14, 16, 19	Лекція 7. 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 13 2 год.	Усне опитування, навчальна дискусія, практичний кейс. Аналіз джерел Big Data для дослідження міжнародних ринків: пошукові запити, дані маркетингових мереж, соціальних мереж, вебаналітики та відкритих міжнародних баз даних. Порівняння динаміки ринкових показників у 2–3 країнах та виявлення тенденцій попиту.
	Практичне заняття 14	Виконання практичних завдань. Використання Google Trends та хмарних аналітичних інструментів для дослідження динаміки й сезонності попиту на обраний товар у 2–3

Оцінювання за тему = 12 балів	2 год.	країнах. Побудова графіків, визначення сезонних піків та формування короткострокового прогнозу зміни попиту.
	Самостійна робота 12 год.	1. Дослідження джерел Big Data для аналізу міжнародних ринків. Визначити 5–7 джерел даних, які можуть використовуватися компанією для оцінювання попиту, поведінки споживачів та конкурентного середовища на зарубіжних ринках. 2. Порівняльний аналіз попиту. За допомогою Google Trends дослідити динаміку пошукового інтересу до обраного товару або товарної категорії у трьох країнах за визначений період. Виявити тренди, сезонні коливання та відмінності між ринками.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 8	Introduction to Cloud Computing (Coursera, IBM) — курс присвячений основам хмарних технологій та архітектурі хмарних рішень. Розглядаються моделі IaaS, PaaS, SaaS, публічні, приватні та гібридні хмари, а також сервіси AWS, Microsoft Azure, Google Cloud, IBM Cloud та інших платформ. Demand Analytics (Coursera, Rutgers University) — курс присвячений аналітиці та прогнозуванню попиту на основі даних. Розглядаються тренди, сезонність, цінова еластичність, регресійний аналіз, моделювання та перевірка прогнозів.	
Тема 9. Управління ефективністю цифрового маркетингу на міжнародних ринках: метрики та KPI. <u>Знати:</u> систему показників ROMI, ROAS, CAC, LTV у контексті міжнародних витрат на Digital. . <u>Вміти:</u> будувати наскрізну аналітику для відстеження шляху іноземного клієнта від кліку до повторної покупки. <u>Рекомендовані джерела:</u> 1, 2, 10, 11, 12, 16, 18, 19 Оцінювання за тему = 12 балів	Лекція 8. 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 15 2 год.	Усне опитування, розрахунково-аналітичні завдання, робота з кейсом. Розрахунок і порівняння ROMI, ROAS, CAC та LTV для цифрових маркетингових кампаній на 2–3 зарубіжних ринках. Аналіз впливу рекламних витрат, конверсії, середнього чека та повторних покупок на ефективність кампанії.
	Практичне заняття 16 2 год.	Усне опитування, практичне завдання. Побудова спрощеної моделі шляху іноземного клієнта. Створення дашборду в Looker Studio (Google Data Studio) для візуалізації ключових показників міжнародної маркетингової кампанії: трафіку, конверсії, CAC, ROAS, ROMI та LTV.
	Самостійна робота 10 год.	1. Аналіз системи KPI цифрового маркетингу. Визначити призначення та порядок розрахунку ROMI, ROAS, CAC, LTV і показників конверсії та встановити взаємозв'язок між ними. 2. Розрахунок ефективності виходу на зарубіжний ринок. На основі запропонованого набору даних розрахувати основні KPI для двох зарубіжних ринків та порівняти результати цифрових маркетингових кампаній.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 9	Google Analytics Certification (Google Skillshop) — курс присвячений використанню Google Analytics для аналізу поведінки користувачів, джерел трафіку, конверсій та ефективності цифрових маркетингових кампаній. Digital Marketing Analytics: Tools and Techniques (Coursera) — курс орієнтований на використання даних для оцінювання ефективності цифрового маркетингу, аналіз поведінки користувачів, інтерпретацію маркетингових показників та прийняття рішень на основі аналітики.	
МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ		
Комп'ютерний клас для проведення практичних занять. Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран. Програмне забезпечення: ОС Windows, MS Office, доступ до онлайн-додатків, періодичних видань та інших інтернет-джерел, електронної бібліотеки ДУІКТ, віртуального навчального середовища Google Workspace for Education, інформації сайту Університету.		
ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ		

1. Виноградова О.В., Заяц О.В., Ромащенко О. С. (2026) Управління цифровим маркетингом і маркетинговою аналітикою в системі забезпечення конкурентоспроможності підприємств. Актуальні проблеми економіки. №8 (302). <https://eco-science.net/apc-news/%e2%84%96-2-302-%d0%bb%d0%b8%d0%bf%d0%b5%d0%bd%d1%8c-2026/>.
2. Виноградова О., Дарчук В., Молоков І. (2025). Цифрова трансформація маркетингу в соціальних мережах через архітектуру механізму взаємодії. *Ефективна економіка*. № 6. 2025 <https://nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/6747>
3. Vynogradova O., Sovershenna, I., Yesmakhanova, A., Ihnatenko O. (2024) Development trends of payment ecosystems as a key link of the e-commerce infrastructure. *International Science Journal of Management, Economics & Finance*. 2024. Vol. 3 No. 5, P. 45–54. URL: <https://doi.org/10.46299/j.isjmef.20240305.06>
4. Виноградова О. В., Писар Н. Б., Дрокіна Н. І., Литвинова О. В., Совершенна І. О. (2021) Використання інструментів цифрового просування товарів як основних засобів маркетингових комунікацій за принципами сталого розвитку. *Ефективна економіка*. 2021. № 8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9130> DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.8.4>
5. Березовська Л.О., Кириченко А.В. Цифровий маркетинг як інструмент підвищення ефективності комерційної діяльності підприємства під час війни. *Економіка та суспільство*. 2023. № 51. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-47>
6. Білоусько, Т. (2023). Цифровізація маркетингової діяльності підприємства. *Економіка та суспільство*, (52). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-76>
7. Братко О.С., Саламон І.Р. Використання цифрових технологій для просування продукції на міжнародних ринках. *Ефективна економіка*. 2022. № 5. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2022.5.80>
8. Витвицька О., Суворова С., Корюгін А. Вплив цифрового маркетингу на розвиток підприємництва в умовах війни. *Економіка та суспільство*. 2022. № 40. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-66>
9. Зеркаль А.В., Балабуха К.Є. Вплив цифрового маркетингу на розвиток підприємств в умовах воєнного часу. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки»*. 2022. № 11. DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-11-8431>
10. Карпенко Н.В., Іваннікова М.М. Технології цифрового маркетингу для малих та середніх підприємств. *Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут»*. 2021. № 18. DOI: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.18.2021.233926>
11. Крутова І.О. Big Data в маркетингу. *Ефективна економіка*. 2021. № 11. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.11.72>
12. Слободяник АМ., Могилевська О.Ю., Романова Л.В., Салькова І.Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика : навчальний посібник. Київ : КИМУ, 2022. 228 с. URL: <https://cutt.ly/Uws9ZxYm>
13. Хмарні сервіси для бізнесу: особливості використання. URL: <https://remonline.ua/blog/business-data-in-cloud/>
14. Олешко Т.І., Касьянова Н.В., Смерічевський С.Ф. та ін. Цифрова економіка : підручник. Київ : НАУ, 2022. 200 с. URL: <https://cutt.ly/Pws9KMKs>
15. Григорова-Беренда Л. І., Шуба М. В. Теорія і практика зовнішньої торгівлі : навчальний посібник, – 2-ге вид., випр., перероб. і доп. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2023. 136 с.
16. Сохацька О.М., Панасюк В.М., Роговська-Іщук І.В., Вінницький С.І. Фундаментальний та технічний аналізи міжнародних ринків. Тернопіль: ЗУНУ, 2022. 309 с. URL: <https://dspace.wunu.edu.ua/items/9f046746-3d72-40ee-b95c-48ae4ddc34a5>
17. Особливості застосування цифрового маркетингу у процесі відбудови економіки України : кол. монографія / за ред.: Д. В. Райко ; Нац. техн. ун-т “Харків. політехн. ін-т”. Суми : ТОВ “Триторія”, 2026. 318 с. <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/99506>
18. Маркетинг в умовах цифрової трансформації та глобальної інформатизації : кол. монографія / за ред.: О. П. Косенко.. Харків : НТУ “ХПІ”, 2026. 266 с. <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/99634>
19. Wirtz B. W. (2024). *Digital Business and Electronic Commerce: Strategy, Business Models and Technology*. 2nd ed. Springer, Cham. 1030 p. DOI: 10.1007/978-3-031-50289-7. URL: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-031-50289-7>

ПОЛІТИКА КУРСУ («ПРАВИЛА ГРИ»)

- **Робота в колективі:** Курс передбачає роботу в колективі.
- **Аудиторне середовище:** Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.
- **Відвідування та самостійна робота:** Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу.
- **Дедлайни:** Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.
- **Пропущені заняття:** Якщо здобувач відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.

- **Актуалізація курсу:** За ініціативою викладача зміст даного курсу оновлюється щорічно, враховуючи зміни у законодавстві України, наукові досягнення за тематикою освітньої компоненти та пропозиції стейкхолдерів (провідних компаній галузі, академічної спільноти та випускників). Здобувачі також можуть долучатись до оновлення дисципліни шляхом подання пропозицій викладачу.
- **Неформальна освіта:** Здобувачі мають право на перезарахування результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті, згідно з [«Положенням про неформальну освіту Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій»](#).

Правила академічної доброчесності та використання штучного інтелекту (ШІ)

- **Дотримання цінностей:** Здобувачі освіти у своїй навчальній діяльності зобов'язані дотримуватися цінностей, принципів і правил академічної доброчесності.
- **Самостійність виконання:** Кожне навчальне завдання має бути виконане самостійно, крім випадків, коли його виконання передбачає участь декількох осіб або умовами завдання дозволено використання допоміжних матеріалів, мережі Інтернет та інструментів ШІ.
- **Правила цитування:** Кожен здобувач освіти у разі використання у своєму академічному творі результатів інтелектуальної праці інших авторів (текстів, ідей, розробок, відомостей тощо) зобов'язаний зробити належне посилання на відповідне джерело.
- **Самоплагіат:** Навчальна робота може включати (повністю або частково) попередню навчальну роботу здобувача освіти лише у тому випадку, якщо це прямо дозволено умовами навчального завдання.
- **Правила використання інструментів ШІ:**
 - Використання генеративних систем ШІ (ChatGPT, Claude, Gemini тощо) дозволяється як допоміжний інструмент для генерації ідей, пошуку джерел, структурування матеріалу або перевірки синтаксису/коду, якщо інше прямо не вказано в умовах конкретного завдання.
 - Якщо під час виконання завдання або підготовки науково-дослідної роботи використовувався ШІ, здобувач зобов'язаний зазначити це у роботі (наприклад, у формі примітки: *«Під час підготовки розділу X використано [назва сервісу ШІ] для [ціль використання: аналіз структури / переклад]»*).
 - Здобувач вищої освіти несе повну особисту відповідальність за достовірність, точність і перевірку фактів, даних та посилань, згенерованих ШІ
 - Пряме подання згенерованого ШІ тексту, коду чи розрахунків без критичного аналізу, власного опрацювання та зазначення використання ШІ розцінюється як академічна нечесність (плагіат/приховування авторства).
 - Заборонено завантажувати в публічні моделі ШІ персональні дані, конфіденційну інформацію, закриті наукові чи службові розробки.
 - В аудиторії здобувачі не допускаються до списування, обману та прихованого використання ШІ. За порушення принципів академічної доброчесності можливе зниження балів, повернення роботи на доопрацювання, недопущення до захисту роботи тощо.
- Здобувачі можуть ознайомитися із [Кодексом академічної доброчесності Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій](#) та [Рекомендаціями МОН України щодо відповідального використання технологій ШІ у закладах вищої освіти](#).

КРИТЕРІЙ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Використовується накопичувальна (100 бальна) система оцінювання. Поточна успішність складається з успішності за активність під час лекцій, роботу на практичних заняттях, виконання завдань під час самостійної роботи. Всі завдання оцінюються відповідно вимог щодо змістовності та встановлених строків виконання і їх здачі. Якщо студента не допущено до складання заліку, як такого, що не виконав індивідуальний план, йому надається час до перескладання для виконання всіх вимог допуску. Студент має право на два перескладання. При повторному перескладанні заліку його у студента може приймати комісія, яка створюється директором ННІМП. Оцінка комісії є остаточною. У випадку отримання студентом 0 балів (неприйнятно), що тягне відрахування за невиконання навчального плану. Для отримання додаткових балів, студент повинен надати копію сертифіката або друкованої публікації чи письмове повідомлення видавця, про прийняття до друку публікації. Тематика публікації (вебінара, курсу) повинна відповідати змісту дисципліни, при цьому студенту зараховується додаткові бали замість балів за виконання суміжних за тематикою практичних робіт. Максимальна кількість додаткових балів, що можуть бути зараховані за дисципліну – 10 балів. Разом це є підсумковою оцінкою за вивчення навчальної дисципліни. Максимальна кількість балів – 100, мінімальна кількість балів – 60.

Форми контролю / Види навчальної роботи	Оцінювання
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ:	
<i>Робота на заняттях, у т.ч.</i>	
участь у експрес-опитуванні	за кожную правильну відповідь - 0,5 бали

доповідь з презентацією за тематикою самостійної роботи	за кожну презентацію (реферат) максимум – 5 балів (оцінка залежить від повноти розкриття теми, якості інформації, самостійності та креативності матеріалу, якості презентації і доповіді)
усне опитування, тестування	за кожну правильну відповідь – 0,2 бали
участь у обговоренні ситуаційного завдання, навчальній дискусії	за кожну участь - 0,5 бали
Додаткова оцінка за видами діяльності за тематикою дисципліни	
Участь у вебінарах, тренінгах	за кожні 0,1 кредити (3 год.) участі з отриманням сертифікату - 3 бали
Тези доповіді за участю у конференції	за кожні тези, які опубліковані - 3 бали
Стаття у виданні в Україні	за кожну статтю, яка опублікована - 5 балів
Стаття у іноземному виданні	за кожну статтю, яка опублікована - 8 балів
ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ: диференційований залік	Згідно критеріїв оцінювання

ПІДСУМКОВА ОЦІНКА ЗА ДИСЦИПЛІНУ			
бали	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка /запис в екзаменаційній відомості
90-100	Студент демонструє повні й міцні знання навчального матеріалу в обсязі, що відповідає силабусу дисципліни, правильно й обґрунтовано приймає необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях. Вміє реалізувати теоретичні положення дисципліни в практичних розрахунках, аналізувати та співставляти дані об'єктів діяльності фахівця на основі набутих з даної та суміжних дисциплін знань та умінь. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включатись в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються. Зменшення 100-бальної оцінки може бути пов'язане з недостатнім розкриттям питань, що стосується дисципліни, яка вивчається, але виходить за рамки об'єму матеріалу, передбаченого силабусом, або студент проявляє невпевненість в тлумаченні теоретичних положень чи складних практичних завдань	Високий Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в силабусі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.	Відмінно / Зараховано (А)
82-89	Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає силабусу дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, дає вичерпні пояснення	Достатній Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни	Добре / Зараховано (В)
75-81	Студент в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає силабусу дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати при вирішенні типових практичних завдань, але допускає окремі неточності. Вміє пояснити основні положення виконаних завдань та дати правильні відповіді при зміні результату при заданій зміні вихідних параметрів. Помилки у відповідях/ рішеннях/ розрахунках не є системними. Знає характеристики основних положень, що мають визначальне значення при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, в межах дисципліни, що вивчається.	Достатній Конкретний рівень, за вивченим матеріалом силабусу дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	Добре / Зараховано (С)
67-74	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений силабусом дисципліни, та розуміє постанову стандартних практичних завдань, має пропозиції щодо напрямку їх вирішень. Розуміє основні положення, що є визначальними в курсі, може вирішувати подібні завдання тим, що розглядалися з викладачем, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усувати за допомогою викладача.	Середній Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни	Задовільно / Зараховано (D)
60-66	Студент має певні знання, передбачені в силабусі дисципліни, володіє основними положеннями, що вивчаються на рівні, який визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень, студент з труднощами пояснює правила вирішення практичних/розрахункових завдань дисципліни. Виконання практичних / індивідуальних / контрольних завдань значно формалізовано: є відповідність алгоритму, але відсутнє глибоке розуміння роботи та взаємозв'язків з іншими дисциплінами	Середній Є мінімально допустимим у всіх складових силабусу дисципліни	Задовільно / Зараховано (Е)

35-59	Студент може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що силабус дисципліни студент виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є невірними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у студента відсутні.	Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни	Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не зараховано (FX) <i>В залікову книжку не представляється</i>
0-34	Студент повністю не виконав вимог силабусу навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Студент не допущений до здачі заліку	Незадовільний Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням / Не допущений (F) <i>В залікову книжку не представляється</i>