

СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

ОК 08 «ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ У МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ І МАРКЕТИНГУ»

Лектор курсу			Дарчук Вероніка Геннадіївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу			Контактна інформація лектора (e-mail)		v.darchuk@duikt.edu.ua	
Галузь знань			D Бізнес, адміністрування та право			Код курсу GWE		tg4raujs	
Спеціальність			D5 Маркетинг			Рівень вищої освіти		Магістр	
Освітня програма			«Міжнародний маркетинг»			Семестр		2	
						Тип дисципліни		Обов'язкова	
						Вид контролю		Екзамен	
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:						
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка		
	4	120	18	-	36	-	66		

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	ОК 4 Міжнародні маркетингові дослідження та ринкові інсайти; ОК 5 Маркетингова аналітика та прийняття рішень; ОК 6 Маркетингове управління в цифровому середовищі
Освітні компоненти для яких є базовою	ОК10 Переддипломна практика

Мета курсу:	формування системи теоретичних знань і прикладних навичок щодо використання сучасних цифрових технологій, інформаційно-аналітичних ресурсів та спеціалізованих інструментів для дослідження міжнародних ринків, організації міжнародної торговельної діяльності, розроблення і реалізації маркетингових рішень на зарубіжних ринках, побудови цифрових маркетингових комунікацій та забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання в умовах глобальної цифровізації.
--------------------	--

Компетентності відповідно до освітньої програми

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)	Hard-skills / Фахові компетентності (ФК)
ЗК 2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність) ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел	ФК 10. Здатність застосовувати цифрові та аналітичні інструменти для управління маркетинговою діяльністю на національному та міжнародному рівнях.

Результати навчання (РН)

РН 2. Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта в умовах конкурентного ринкового середовища.
РН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень на національних і міжнародних ринках.
РН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, зокрема міжнародних інформаційних ресурсів, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.
РН 17. Використовувати сучасні цифрові та аналітичні інструменти в управлінні маркетинговою діяльністю на національному та міжнародному рівнях.
РН 18. Приймати стратегічно обґрунтовані рішення щодо розроблення та реалізації маркетингових стратегій на зарубіжних ринках з урахуванням міжкультурних та конкурентних особливостей глобального ринкового середовища.

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 тренди цифрової трансформації міжнародної торгівлі та маркетингу; сучасні цифрові технології та особливості їх застосування на глобальних ринках. Вміти: аналізувати цифрові тренди міжнародних ринків; оцінювати їх вплив на міжнародну торгівлю та маркетингову діяльність підприємств. Формування компетенцій: ЗК6, ФК10 Результати навчання: РН 2, РН 9, РН 17 Рекомендовані джерела: 12, 17, 18, 19, 21, 23 Оцінювання за тему = 6 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 щодо розвитку цифрової торгівлі у вибраному регіоні світу. Порівняння показників 3–5 країн, визначення ключових цифрових трендів, можливостей і бар'єрів розвитку міжнародної торгівлі.
	Практичне заняття 2 2 год.	Аналіз кейсів цифрової трансформації міжнародних компаній. Визначення застосованих цифрових технологій, змін у бізнес-моделях і маркетинговій діяльності та оцінка їх впливу на конкурентоспроможність компаній на міжнародних ринках.
	Самостійна робота 8 год.	Обрати міжнародну компанію та визначити 3–5 цифрових технологій, які вона використовує. Проаналізувати їх застосування у продажах, маркетингу та взаємодії зі споживачами на міжнародних ринках. Результати оформити у вигляді порівняльної таблиці та сформулювати 3–5 висновків.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 1	Digital Transformation (Coursera, University of Virginia) — курс присвячений глобальним тенденціям цифрової трансформації, впливу цифрових технологій на бізнес-моделі та конкурентне середовище, а також формуванню стратегій розвитку компаній в умовах цифровізації. Digital Transformation with Google Cloud (Coursera, Google Cloud) — курс присвячений ключовим напрямкам цифрової трансформації, ролі хмарних технологій, даних і штучного інтелекту в розвитку сучасного бізнесу та формуванні конкурентних переваг у цифровому середовищі	
Тема 2. Новітні бізнес-моделі в цифрову епоху: платформи, екосистеми та мережевий маркетинг Знати: відмінності між лінійними бізнес-моделями та цифровими платформами (D2C, B2B2C), особливості формування цифрових екосистем і мережевих ефектів. Вміти: проєктувати ціннісну пропозицію в межах цифрової екосистеми, визначати ключових учасників платформи та оцінювати можливості масштабування бізнес-моделі на міжнародних ринках. Формування компетенцій: ЗК2, ФК10 Результати навчання: РН2, РН17 Рекомендовані джерела: 5, 6, 12, 16, 17, 22 Оцінювання за тему = 6 балів	Лекція 2 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 3 2 год.	Усне опитування, тематична дискусія. Побудова бізнес-моделі за шаблоном Остервальдера для міжнародного стартапу-агрегатора з визначенням ціннісної пропозиції, цільових сегментів, каналів, партнерів і джерел доходу.
	Практичне заняття 4 2 год.	Кейс-аналіз цифрової екосистеми обраної міжнародної компанії. Побудова схеми взаємодії 5–7 учасників екосистеми, визначення ціннісної пропозиції для кожного учасника, каналів взаємодії та джерел доходу. Презентація й обговорення результатів.
	Самостійна робота 8 год.	Обрати міжнародну цифрову платформу та побудувати її Business Model Canvas за 9 блоками. Визначити ключову ціннісну пропозицію, учасників екосистеми, джерела доходу та сформулювати 3 висновки щодо можливостей масштабування на міжнародних ринках.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 2	Digital Business Models (Coursera, Lund University) — курс присвячений цифровим бізнес-моделям, платформам, створенню та монетизації цінності, мережевим ефектам і трансформації традиційних моделей бізнесу в цифровому середовищі. Platform Thinking: Innovation in Digital Business Models Era Specialization (Coursera) — спеціалізація охоплює принципи функціонування платформних бізнес-моделей, механізми створення цифрових екосистем, мережеві ефекти та використання платформ для розвитку інновацій і масштабування бізнесу.	
Тема 3. Глобальні електронні маркетплейси як інструмент виходу на зовнішні ринки Знати: особливості функціонування глобальних електронних маркетплейсів, моделі продажів, умови виходу	Лекція 3 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 5	Усне опитування. Порівняльний аналіз Amazon, Alibaba та eBay за критеріями: географія продажів, цільова аудиторія, комісії, логістика, способи оплати та

продавців на міжнародні ринки, принципи ціноутворення, просування та логістики. Вміти: порівнювати міжнародні маркетплейси за ключовими критеріями, обирати платформу відповідно до товару та цільового ринку, формувати пропозицію для виходу на зовнішній ринок. Формування компетенцій: ЗК6, ФК10 Результати навчання: РН9, РН17, РН18 Рекомендовані джерела: 3, 10, 13, 17, 21, 22 Оцінювання за тему = 6 балів	2 год.	інструменти просування. Вибір оптимального маркетплейсу для виходу заданого товару на зовнішній ринок.
	Практичне заняття 6 2 год.	Розробка картки товару для виходу на обраний міжнародний маркетплейс: визначення цільового ринку, аналіз 5 конкурентних пропозицій, формування назви, опису, ключових слів і ціни товару. Розрахунок основних витрат та прогнозованої маржинальності продажу.
	Самостійна робота 8 год.	Обрати український товар для продажу на міжнародному маркетплейсі. Проаналізувати 5 конкурентів, визначити цільовий ринок, ціновий діапазон і вимоги платформи. Обґрунтувати вибір маркетплейсу та сформулювати рекомендації щодо виходу товару на нього.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 3	Google Digital Marketing & E-commerce Professional Certificate (Coursera, Google) — програма охоплює електронну комерцію, цифрові канали продажу, залучення онлайн-споживачів, управління e-commerce та використання цифрових інструментів для просування товарів на онлайн-ринках. E-commerce Academy (Amazon Seller University) — навчальні матеріали з організації продажів через глобальний маркетплейс Amazon, створення товарних пропозицій, управління продажами, просування та масштабування e-commerce бізнесу.	
Тема 4. Цифрові фінансові інструменти та платіжні системи в транскордонних розрахунках Знати: види міжнародних цифрових платежів (Stripe, PayPal, Payoneer), особливості транскордонних розрахунків та принципи криптоеквайрингу. Вміти: порівнювати міжнародні платіжні системи за комісіями, швидкістю, валютами та географією доступності; обирати оптимальний платіжний інструмент для міжнародних операцій. Формування компетенцій: ЗК6, ФК10 Результати навчання: РН15, РН17 Рекомендовані джерела: 8, 12, 17, 19. Оцінювання за тему = 8 балів	Лекція 4. 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 7 2 год.	Усне опитування, навчальна дискусія. Розрахунок витрат на транскордонні платежі для різних валютних пар із використанням Stripe, PayPal та Payoneer. Порівняння комісій і визначення найбільш вигідного способу розрахунку. Тестування.
	Практичне заняття 8 2 год.	Розв’язання кейсу з вибору платіжної системи для міжнародної компанії. Порівняння Stripe, PayPal та Payoneer за вартістю транзакції, валютною конвертацією, швидкістю переказу та географією доступності. Обґрунтування оптимального варіанта.
	Самостійна робота 8 год.	Обрати 3 країни, що впроваджують або тестують CBDC. Порівняти їх за статусом впровадження, технологією, сферою використання та можливістю транскордонних платежів. Результати оформити у таблиці та сформулювати 3–5 висновків щодо впливу CBDC на міжнародну торгівлю.
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 платежам, токенизації та розвитку нової платіжної інфраструктури; розглядає особливості платежів у B2B, B2C і C2C-середовищі. FinTech and the Transformation in Financial Services (Coursera, Copenhagen Business School) — курс охоплює цифрові платіжні системи, сучасні платіжні інструменти, FinTech-рішення, міжбанківські операції та особливості транскордонних платежів.	
Розділ 2. Інструментарій та технологічні рішення цифрового маркетингу і торгівлі		
Тема 5. Кібербезпека, етика та правове регулювання цифрової активності в глобальному середовищі Знати: вимоги GDPR, CCPA та законодавства ЄС у сфері електронної комерції, основні принципи захисту персональних даних і кібербезпеки в цифровому середовищі.	Лекція 5 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 9 2 год.	Усне опитування, тематична дискусія. Аудит міжнародного вебсайту на відповідність вимогам GDPR та CCPA: аналіз Privacy Policy, cookie-банера, форм збору персональних даних і механізмів отримання згоди користувачів. Формування переліку виявлених порушень і рекомендацій щодо їх усунення.

<u>Вміти:</u> розробляти політику конфіденційності (Privacy Policy) для міжнародного сайту, визначати ризики обробки персональних даних та оцінювати відповідність цифрової діяльності міжнародним вимогам. <u>Формування компетенцій:</u> ЗК 6, ФК 10 <u>Результати навчання:</u> РН9 <u>Рекомендовані джерела:</u> 10, 12, 16, 20. Оцінювання за тему = 6 балів	Практичне заняття 10 2 год.	Кейс-аналіз порушення захисту персональних даних у міжнародній компанії. Визначення виду порушення, можливих правових і репутаційних наслідків та розроблення алгоритму дій компанії для мінімізації ризиків.
	Самостійна робота 8 год.	Обрати міжнародний вебсайт та провести аудит його Privacy Policy. Перевірити наявність 5–7 обов’язкових елементів відповідно до GDPR: мета збору даних, види даних, правові підстави обробки, права користувачів, строки зберігання та передача третім сторонам. Результати оформити у таблиці та запропонувати рекомендації щодо усунення виявлених недоліків.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 5	<u>Introduction to Cybersecurity (Cisco Networking Academy)</u> — курс охоплює основи кібербезпеки, основні види цифрових загроз, принципи захисту персональних і корпоративних даних та безпечної діяльності в цифровому середовищі. <u>Privacy Law and Data Protection (Coursera, University of Pennsylvania)</u> — курс присвячений правовим та етичним аспектам захисту персональних даних, принципам конфіденційності, регулюванню обробки даних і вимогам до діяльності компаній у глобальному цифровому середовищі.	
	Тема 6. Штучний інтелект та машинне навчання в персоналізації міжнародних маркетингових комунікацій <u>Знати:</u> методи генеративного ШІ для створення маркетингового контенту, принципи роботи рекомендаційних систем та можливості ШІ для персоналізації комунікацій на міжнародних ринках. <u>Вміти:</u> застосовувати ШІ-інструменти для автоматичного перекладу та локалізації маркетингових повідомлень, генерувати адаптований контент для різних міжнародних аудиторій та оцінювати якість його персоналізації. <u>Формування компетенцій:</u> ЗК2, ФК10 <u>Результати навчання:</u> РН2, РН17 <u>Рекомендовані джерела:</u> 5, 6, 10, 16, 19. Оцінювання за тему = 6 балів	
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 6	Лекція 6 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 11 2 год.	Усне опитування, тематична дискусія. Створення за допомогою генеративного ШІ маркетингового повідомлення для обраного товару та його локалізація для 3 зарубіжних ринків з урахуванням мовних і культурних особливостей цільових аудиторій. Порівняння результатів.
	Практичне заняття 12 2 год.	Розробка персоналізованої маркетингової кампанії з використанням ШІ. Формування 3 сегментів міжнародної аудиторії та створення для кожного персоналізованої пропозиції, рекламного повідомлення і рекомендації продукту. Оцінювання та порівняння результатів.
	Самостійна робота 6 год.	Обрати міжнародний бренд та створити за допомогою ШІ 3 варіанти рекламного повідомлення для різних зарубіжних ринків з урахуванням мовних і культурних особливостей аудиторії. Результати представити у формі презентації (5–7 слайдів) з обґрунтуванням запропонованої адаптації.
Тема 7. Технологія блокчейн та смарт-контракти в міжнародній логістиці та торгівлі <u>Знати:</u> принципи застосування блокчейн-технологій для простежуваності ланцюгів постачання (provenance), логіку	Лекція 7 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 13 2 год.	Усне опитування. Моделювання процесу виконання експортного контракту за допомогою смарт-контракту: визначення учасників, умов поставки й оплати, тригерів автоматичного виконання зобов’язань та фіксації операцій у блокчейні. Тестування.

виконання смарт-контрактів та особливості цифровізації міжнародної торговельної документації. Вміти: оцінювати переваги переходу на цифрові коносаменти та митні документи на базі блокчейну, визначати можливості застосування смарт-контрактів для автоматизації міжнародних торговельних операцій. Формування компетенцій: ЗК6, ФК10 Результати навчання: РН2, РН17 Рекомендовані джерела: 8, 12, 17, 21. Оцінювання за тему = 8 балів	Практичне заняття 14 2 год.	Кейс-аналіз міжнародної поставки з використанням електронного коносаменту. Порівняння традиційного та цифрового документообігу за часом, витратами, ризиками та простежуваністю операцій. Розробка схеми цифрового документообігу поставки.
	Самостійна робота 6 год.	Провести порівняльний аналіз блокчейн-рішень Contour Network та XDC Network для міжнародної торгівлі й торговельного фінансування. Порівняти їх функціональні можливості, цифровий документообіг, механізми проведення розрахунків та застосування смарт-контрактів. Змоделювати ланцюг постачання обраного товару із застосуванням одного з розглянутих рішень. Результати представити у вигляді схеми та порівняльної таблиці.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 7	Blockchain Basics (Coursera, University at Buffalo) — курс охоплює принципи функціонування блокчейну, технологію розподіленого реєстру, структуру блоків і транзакцій та можливості застосування blockchain-технологій у бізнес-процесах. Smart Contracts (Coursera, University at Buffalo) — курс присвячений принципам функціонування смарт-контрактів, автоматизації цифрових транзакцій та практичному використанню смарт-контрактів для управління й виконання бізнес-операцій.	
Тема 8. Big Data та хмарні аналітичні технології у дослідженні міжнародних ринків Знати: джерела Big Data та можливості хмарних аналітичних сервісів для дослідження споживчого попиту, конкурентів і ринкових тенденцій на міжнародних ринках. Вміти: збирати та аналізувати дані з міжнародних цифрових джерел, виявляти ринкові тенденції та використовувати інструменти предиктивної аналітики для прогнозування попиту й обґрунтування маркетингових рішень. Формування компетенцій: ЗК6, ФК10 Результати навчання: РН15, РН17, РН18 Рекомендовані джерела: 11, 14, 18, 19, 21. Оцінювання за тему = 6 балів	Лекція 8 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 15 2 год.	Усне опитування, навчальна дискусія. Аналіз динаміки та сезонності попиту на обраний товар у 3–5 країнах за допомогою Google Trends. Порівняння ринків, визначення пікових періодів попиту та вибір найбільш перспективного зарубіжного ринку. Тестування.
	Практичне заняття 16 2 год.	Використання міжнародних відкритих даних і хмарних сервісів для аналізу обраного зарубіжного ринку. Формування набору даних, візуалізація ключових показників, виявлення ринкових тенденцій та побудова прогнозу попиту. Обґрунтування маркетингових рекомендацій за результатами аналізу.
	Самостійна робота 6 год.	Обрати товар та 3 зарубіжні ринки. Зібрати дані про динаміку попиту за допомогою Google Trends та міжнародних відкритих джерел, порівняти ринки за ключовими показниками й визначити найбільш перспективний. Результати представити у формі аналітичної презентації (5–7 слайдів) із графіками та обґрунтованим прогнозом попиту.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 8	Introduction to Big Data (Coursera, University of California San Diego) — курс присвячений основам Big Data, джерелам великих даних, методам їх оброблення та аналізу, а також використанню data-driven підходів для дослідження ринкових тенденцій і прийняття бізнес-рішень. Digital Transformation with Google Cloud (Coursera, Google Cloud) — курс охоплює можливості хмарних технологій, аналітики даних та цифрових сервісів Google Cloud для оброблення великих масивів інформації, отримання аналітичних інсайтів і підтримки управлінських рішень.	
Тема 9. Управління ефективністю цифрового маркетингу на міжнародних ринках: метрики та KPI Знати: систему ключових метрик і KPI цифрового маркетингу (CTR, CPC, CPA, ROAS, ROMI, CAC, LTV),	Лекція 9 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 17 2 год.	Усне опитування, навчальна дискусія. Розрахунок та аналіз KPI міжнародної digital-кампанії (CTR, CPC, CPA, ROAS, ROMI, CAC). Порівняння ефективності кампанії на 3 зарубіжних ринках та обґрунтування перерозподілу рекламного бюджету. Тестування.

особливості оцінювання ефективності маркетингових кампаній на різних зарубіжних ринках. Вміти: розраховувати та інтерпретувати КРІ міжнародних digital-кампаній, порівнювати їх ефективність за країнами, каналами та сегментами аудиторії й обґрунтовувати рішення щодо оптимізації маркетингового бюджету. Формування компетенцій: ЗК6, ФК10 Результати навчання: РН9, РН15, РН17 Рекомендовані джерела: 1, 5, 7, 10, 16, 22 Оцінювання за тему = 8 балів	Практичне заняття 18 год.	Усне опитування. Створення дашборду в Looker Studio для візуалізації КРІ міжнародної маркетингової кампанії. Аналіз результативності за країнами, каналами та показниками конверсії. Формування рекомендацій щодо оптимізації кампанії.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 9		Marketing Analytics (Coursera, University of Virginia) — курс присвячений використанню маркетингових метрик, аналізу ефективності маркетингових кампаній, оцінюванню результативності маркетингових інвестицій та прийняттю рішень на основі аналітичних даних. Google Analytics Certification (Google Skillshop) — курс охоплює використання Google Analytics для вимірювання результативності цифрових каналів, аналізу поведінки користувачів, конверсій та ключових показників ефективності цифрових маркетингових кампаній.
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		
- Березовська Л.О., Кириченко А.В. (2023). Цифровий маркетинг як інструмент підвищення ефективності комерційної діяльності підприємства під час війни. <i>Економіка та суспільство</i>. № 51. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-47 - Білоусько, Т. (2023). Цифровізація маркетингової діяльності підприємства. <i>Економіка та суспільство</i>, (52). https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-76 - Братко О.С., Саламон І.Р. (2022). Використання цифрових технологій для просування продукції на міжнародних ринках. <i>Ефективна економіка</i>.. № 5. DOI: https://doi.org/10.32702/2307-2105-2022.5.80 - Витвицька О., Суворова С., Корюгін А. (2022). Вплив цифрового маркетингу на розвиток підприємництва в умовах війни. <i>Економіка та суспільство</i>. № 40. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-66 - Дарчук В.Г., Молоков І.О., Загрива І.В. (2026). Цифрова трансформація брендингових стратегій у формуванні конкурентних переваг підприємства. <i>Східна Європа: економіка, бізнес та управління</i>. №1 DOI: https://doi.org/10.32782/easterneurope.50-15 - Somkina T., Darchuk V., Snitko A., Sinchevsky S. (2025) Marketing and communication platform as an element of the retail network development management model in the context of product diversification. <i>Internauka</i>, № 1. URL:https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-1-10608 - Згурська, О., Виноградова, О., Єранкін, О., Корчинська, О., Овсієнко, Н., & Айсулу, А. (2024). Медіапланування як необхідна умова підвищення ефективності цифрової маркетингової діяльності бізнес-структур. <i>Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice</i>, 1(54),2024. С. 578–590. DOI: https://doi.org/10.55643/fcaptp.1.54.2024.4271 - Vynogradova, O., Sovershenna, I., Yesmakhanova, A., & Ihnatenko, O. (2024). Development trends of payment ecosystems as a key link of the e-commerce infrastructure. <i>International Science Journal of Management, Economics & Finance</i>, 3(5), 45–54. DOI: https://doi.org/10.46299/j.isjmef.20240305.06 - Зеркаль А.В., Балабуха К.Є. Вплив цифрового маркетингу на розвиток підприємств в умовах воєнного часу. (2022). <i>Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»</i>. Серія: «Економічні науки». № 11. DOI: https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-11-8431 - Слободяник АМ., Могилевська О.Ю., Романова Л.В., Салькова І.Ю. (2022). Digital-маркетинг: теорія і практика : навчальний посібник. Київ : КиМУ, 228 с. URL: https://cutt.ly/Uws9ZxYm - Хмарні сервіси для бізнесу: особливості використання. URL: https://remonline.ua/blog/business-data-in-cloud/ - Олешко Т.І., Касьянова Н.В., Смерічевський С.Ф. та ін. (2022). Цифрова економіка : підручник. Київ : НАУ. 200 с. URL: https://cutt.ly/Pws9KMKs		

13. Григорова-Беренда Л. І., Шуба М. В. (2023). Теорія і практика зовнішньої торгівлі : *навчальний посібник*, – 2-ге вид., випр., перероб. і доп. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 136 с.
14. Сохацька О.М., Панасюк В.М., Роговська-Іщук І.В., Вінницький С.І. (2022). Фундаментальний та технічний аналізи міжнародних ринків. Тернопіль: ЗУНУ. 309 с. URL: <https://dspace.wunu.edu.ua/items/9f046746-3d72-40ee-b95c-48ae4ddc34a5>
15. 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>
16. 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>
17. OECD Digital Trade. OECD. URL: <https://www.oecd.org/en/topics/policy-issues/digital-trade.html>
18. Digitally Delivered Services Trade Dataset. World Trade Organization. URL: https://www.wto.org/english/res_e/statistics_e/gstdh_digital_services_e.htm
19. UNCTAD. Digital Economy Report 2024: Shaping an Environmentally Sustainable and Inclusive Digital Future. Geneva : United Nations Conference on Trade and Development, 2024. URL: <https://unctad.org/publication/digital-economy-report-2024>
20. European Commission. E-commerce Directive. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/e-commerce-directive>
21. IMF, OECD, UNCTAD, WTO. Handbook on Measuring Digital Trade. Second Edition. Paris : OECD Publishing, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1787/ac99e6d3-en>. URL: https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/digital_trade_2023_e.htm.
22. Нечипоренко В.В., Дарчук В. Г., Ромащенко О. С. (2026). Менеджмент міжнародного маркетингу та управління просуванням продукції на цифрових ринках. *Актуальні проблеми економіки*. №7.
23. Бебко С. В., Янчевський Р. В., Дарчук В. Г. (2026). Адаптаційний механізм управління розвитком підприємств у середовищі міжнародного маркетингу в умовах смарт-економіки. *Актуальні проблеми економіки*. № 8.

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

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. 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 балами за поточну успішність здобувача. Максимальна кількість балів – 60 мінімальна кількість балів – 20.

Якщо студента не допущено до підсумкового контролю, 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 його у студента може приймати комісія, яка створюється директором ННІМІП. Оцінка комісії є остаточною. У випадку отримання студентом 0 балів (неприйнятно), що тягне відрахування за невиконання навчального плану

Форми контролю / Види навчальної роботи	Оцінювання
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ:	
<i>Робота на заняттях, у т.ч.</i>	
участь у експрес-опитуванні	за кожен правильну відповідь - 0,2 бали
доповідь з презентацією за тематикою самостійної роботи	за кожен презентацію (реферат) максимум - 2 бали (оцінка залежить від повноти розкриття теми, якості інформації, самостійності та креативності матеріалу, якості презентації і доповіді)
усне опитування, тестування	за кожен правильну відповідь – 0,2 бали
рішення практичних задач	за кожен правильну відповідь – 1 бал
участь у обговоренні ситуаційного завдання	за кожен правильну відповідь – 1 бал
участь у навчальній дискусії	за кожен 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 кожен статтю, яка опублікована - 5 балів
Стаття у іноземному виданні	за кожен статтю, яка опублікована - 8 балів
ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ: екзамен	Екзамен проходить у письмовій формі. Максимальна оцінка - 40 балів

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	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	Відмінно / Зараховано (А)

	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	також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.	
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 (B)
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 (C)
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 (E)
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 відсутня.	Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни	Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не зараховано (FX) В залікову книжку не представляється
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) В залікову книжку не представляється

Гарант освітньої програми



Вероніка ДАРЧУК