

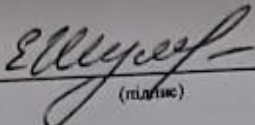
Міністерство освіти і науки України  
Сумський національний аграрний університет  
Факультет економіки і менеджменту  
Кафедра маркетингу та логістики

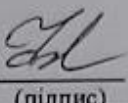
## **Робоча програма (силабус) освітнього компонента**

**Товарна інноваційна політика**  
(обов'язковий)

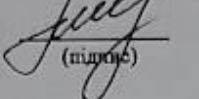
Реалізується в межах освітньої програми **Маркетинг**  
за спеціальністю **075 Маркетинг**  
на **2 (магістерському)** рівні вищої освіти

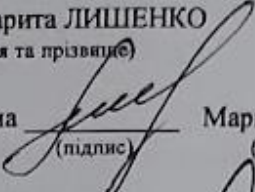
Суми – 2024

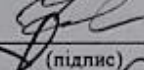
Розробник:  Олена ШУМКОВА, к.е.н., доцент  
(підпис) (ім'я та прізвище) (вчений ступінь та звання, посада)

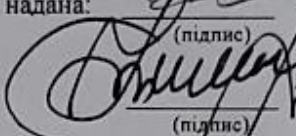
Розглянуто, схвалено та затверджено на засіданні кафедри маркетингу та логістики (назва кафедри)	протокол від 04.06.2024 р. № 17
	Завідувач кафедри <u></u> Наталія МАКАРЕНКО (підпис) (ім'я та прізвище)


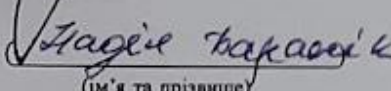
Погоджено:

Гарант освітньої програми  Маргарита ЛИШЕНКО  
(підпис) (ім'я та прізвище)

Декан факультету, де реалізується освітня програма  Маргарита ЛИШЕНКО  
(підпис) (ім'я та прізвище)

Рецензія на робочу програму (додається) надана:  Наталія МАКАРЕНКО  
(підпис) (ім'я та прізвище)

 Тетяна УСТИК  
(підпис) (ім'я та прізвище)

Методист відділу якості освіти, ліцензування та акредитації    
(підпис) (ім'я та прізвище)

Зареєстровано в електронній базі: дата: 18.06 2024 р.

### 1. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНІЙ КОМПОНЕНТ

1.	Назва ОК	Товарна інноваційна політика						
2.	Факультет/кафедра	Факультет економіки і менеджменту, Кафедра маркетингу та логістики						
3.	Статус ОК	Обов'язковий						
4.	Програма/Спеціальність (програми), складовою яких є ОК для	Освітньо – професійна програма «Маркетинг». Другого рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг Галузі знань 07 Управління та адміністрування Кваліфікація: магістр з маркетингу						
5.	Рівень НРК	7						
6.	Семестр та тривалість вивчення	3-й, 12 тижнів						
7.	Кількість кредитів ЄКТС	5						
8.	Загальний обсяг годин та їх розподіл	Контактна робота(заняття)					Самостійна робота	
		Лекційні		Практичні/семінарські		Лабораторні		
		Денна 36	Заоч. 14	Денна 36	Заоч. 10	-	Денна 78	Заоч. 126
9.	Мова навчання	Українська						
10.	Викладач/Координатор освітнього компонента	К.е.н., доцент Шумкова Олена Володимирівна						
11.1	Контактна інформація	Шумкова О.В., доцент, ауд.214е, E-mail lena_shumkova@ukr.net, години консультацій: 2-й та 4-й вівторок 11.00-12.15						
11.	Загальний опис освітнього компонента	ОК «Товарна інноваційна політика» є складовою навчального плану, циклу дисциплін, які формують професійні компетентності. Знання та набуті компетентності спрямовані на поглиблення теоретичної підготовки студентів, щоб розкрити: поняття інновації, інноваційної діяльності, інноваційного маркетингу; методи управління товарним асортиментом для покращення якості та конкурентоздатності інноваційних товарів; методи і засоби генерування ідей продуктових інновацій та їх функціонально-вартісне обґрунтування; програму розробки дизайну.						
12.	Мета освітнього компонента	Мета ОК «Товарна інноваційна політика» - формування теоретичних знань і практичних навичок управління товарною інноваційною політикою підприємства.						
13.	Передумови вивчення ОК, зв'язок з іншими освітніми компонентами ОП	1. Освітній компонент базується на дисциплінах: «Стратегічний маркетинг», «Маркетинговий менеджмент», «Методологія наукових досліджень та підтримання принципів академічної доброчесності». 2. Освітній компонент є основою для вивчення дисциплін «Маркетингова політика розподілу», «Міжнародний маркетинг»						
14.	Політика академічної доброчесності	У випадку порушення академічної доброчесності – реагування відповідно до Положення про академічну доброчесність учасників освітнього процесу. Списування відповідей (копіювання тексту) під час виконання письмових контрольних робіт, написання не своїх варіантів завдань на контрольних заходах заборонені. Не						

	допускається придбання в інших осіб чи організацій з наступним поданням як власних результатів навчальної та наукової діяльності (рефератів, проектів, контрольних, розрахункових робіт, есе, тощо). Користування мобільними пристроями допускається лише з дозволу викладача. Самостійні роботи у вигляді рефератів, доповідей, презентацій повинні мати коректні текстові посилання на використані інформаційні джерела.
--	--

## 2. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТОМ ТА ЇХ ЗВ'ЯЗОК З ПРОГРАМНИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ НАВЧАННЯ

Результати навчання за ОК: Після вивчення освітнього компонента студент очікувано буде здатен...»	Програмні результати навчання, на досягнення яких спрямований ОК (зазначити номер згідно з нумерацією, наведеною в ОП)						Як оцінюється РНД
	ПРН <sub>1</sub>	ПРН <sub>2</sub>	ПРН <sub>3</sub>	ПРН <sub>6</sub>	ПРН <sub>11</sub>	ПРН <sub>12</sub>	
ДРН 1. Виявити особливості товарної інноваційної політики та специфіку розширення функцій маркетингу в стратегічному плануванні інноваційного процесу для створення комерційно вигідних товарів.	x	x	x			x	Теоретичне (письмове) опитування (питання/тести)
ДРН 2. Аналізувати товарний асортимент та оцінювати його ефективність для покращення якості та конкурентоздатності інноваційних товарів	x	x		x	x		Вирішення практичних і ситуаційних завдань
ДРН 3. Застосовувати сучасні прийоми й методи стратегічного планування товарної інноваційної політики, здійснювати оцінку та відбір перспективних ідей нових товарів; проводити попередній аналіз можливостей виробництва та збуту продуктових інновацій.	x		x	x		x	Вирішення практичних і ситуаційних завдань
ДРН 4. Запропонувати дизайн товару або послугу ринкової новизни			x	x		x	Презентація з доповіддю

**ПРН<sub>1</sub>.** Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.

**ПРН<sub>2</sub>.** Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.

**ПРН<sub>3</sub>.** Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.

**ПРН<sub>6</sub>.** Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.

**ПРН<sub>11</sub>.** Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

**ПРН<sub>12</sub>.** Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.

### 3. ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА (ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ)

Тема. Перелік питань, що будуть розглянуті в межах теми	Розподіл в межах загального бюджету часу							Рекомендова на література
	Аудиторна робота					Самостійна робота		
	Лк		П.з / семін. з		Лаб з.			
	денна	заоч	денна	заоч		денна	заоч	
<i>Тема 1. Інновація як об'єкт товарної інноваційної політики</i> 1. Поняття інновації та інноваційної діяльності 2. Інноваційний маркетинг та його застосування в період військового стану в Україні. 3. Сутність, і зміст товарної інноваційної політики	6	4	4	2	-	10	14	Підручники, посібники: 1,2 Методичне забезпечення: 1,2,3,4,5 Інші джерела: 1,2,3,6,9,10
<i>Тема 2. Поняття товару та управління товарним асортиментом</i> 1. Маркетингове розуміння товару 2. Управління товарним асортиментом	4	2	4	2	-	8	14	Підручники, посібники: 1,2 Методичне забезпечення: 1,2,3,4,5 Інші джерела: 1,3,4,6,7,8,10
<i>Тема 3. Системне управління якістю продуктивних інновацій</i> 1. Основні поняття та показники якості продукції 2. Управління якістю товарів і послуг 3. Сучасні системи менеджменту якості	4	-	4	-	-	12	16	Підручники, посібники: 1,2 Методичне забезпечення: 1,2,3,4,5 Інші джерела: 3,4,6,8,9,10
<i>Тема 4. Комплексне забезпечення реалізації товарної інноваційної політики</i> 1. Зміст маркетингової продуктової та технологічної інновації 2. Інформаційне забезпечення	6	2	4	-	-	10	18	Підручники, посібники: 1,2 Методичне забезпечення: 1,2,3,4,5 Інші джерела: 1,2,3,6,10

розробки інноваційного продукту 3. Критерії оцінювання ринкових перспектив інноваційного продукту								
<i>Тема 5. Планування та організація створення нового товару</i> 1. Основні завдання планування продукту 2. Етапи розробки нового товару	6	2	6	4	-	10	16	Підручники, посібники: 1,2 Методичне забезпечення: 1,2,3,4,5 Інші джерела: 3,4,5,6,7,8,10
<i>Тема 6. Сучасні методи та засоби генерування ідей продуктових інновацій</i> 1. Методи прогностики 2. Логічні методи	4	2	4	2	-	10	16	Підручники, посібники: 1,2 Методичне забезпечення: 1,2,3,4,5 Інші джерела: 3,4,5,6,7,8,10
<i>Тема 7. Функціонально - вартісне обґрунтування інвестиційного продукту</i> 1. Основні принципи та етапи функціонально-вартісного аналізу 2. Форми та процедури функціонально-вартісного аналізу	4	-	4	-	-	8	16	Підручники, посібники: 1,2 Методичне забезпечення: 1,2,3,4,5 Інші джерела: 3,4,5,6,7,8,10
<i>Тема 8 Дизайн нового товару</i> 1. Поняття дизайну і складові оформлення продукту 2. Зміна зовнішнього вигляду упаковки	2	2	6	-	-	10	16	Підручники, посібники: 1,2 Методичне забезпечення: 1,2,3,4,5 Інші джерела: 1,3,5,6,7
Всього	36	14	36	10	-	78	126	

#### 4. МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ ТА НАВЧАННЯ

ДРН	Методи викладання (робота, що буде проведена викладачем <u>під час аудиторних занять, консультацій</u> )	Методи навчання (які види навчальної діяльності має виконати <u>студент самостійно</u> )
ДРН 1. Виявити особливості товарної інноваційної політики та специфіку розширення функцій маркетингу в стратегічному плануванні інноваційного процесу для створення комерційно вигідних товарів.	Інтерактивна лекція, «перевернутий клас», письмове або усне опитування (тести/питання)	Робота з навчально-методичною літературою, конспектування
ДРН 2. Аналізувати товарний асортимент та оцінювати його ефективність для покращення якості	Інтерактивна лекція, експрес - опитування, методи гейміфікації	Робота з навчально-методичною літературою, конспектування,

та конкурентоздатності інноваційних товарів	(Mentimeter), вирішення ситуаційних завдань, практична робота	вирішення ситуаційних завдань
ДРН 3. Застосовувати сучасні прийоми й методи стратегічного планування товарної інноваційної політики, здійснювати оцінку та відбір перспективних ідей нових товарів; проводити попередній аналіз можливостей виробництва та збуту продуктових інновацій.	Інтерактивна лекція, методи гейміфікації (Mentimeter), вирішення ситуаційних завдань, практична робота	Робота з навчально-методичною літературою, конспектування, вирішення ситуаційних завдань
ДРН 4. Запропонувати дизайн товару або послугу ринкової новизни	Інтерактивна лекція, вирішення ситуаційних завдань, використання контролюючих завдань	Робота з навчально-методичною літературою, конспектування.

## 5. ОЦІНЮВАННЯ ЗА ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТОМ

### 5.1. Діагностичне оцінювання (зазначається за потреби)

#### 5.2. Сумативне оцінювання

##### 5.1.1. Для оцінювання очікуваних результатів навчання передбачено

№	Методи сумативного оцінювання	Бали / Вага у загальній оцінці	Дата складання
1	Теоретичне (письмове) опитування (питання/тести)	20 балів / 20%	4,8,11 тижні
2	Вирішення практичних і ситуаційних завдань за темами курсу	20 балів / 20%	3 тиждень
3	Тест множинного вибору	15 балів / 15%	8 тиждень
4	Презентація з доповіддю (пропозиція щодо дизайну розробленого товару)	15 балів / 15%	10 тиждень
5	Екзамен (письмово, 2 теоретичних питання, 1 практичне завдання)	30 балів / 30%	згідно розкладу сесії

##### 5.1.2. Критерії оцінювання

Компонент	Незадовільно	Задовільно	Добре	Відмінно
Теоретичне (письмове) опитування (питання/тести)	<12 балів	12-15 балів	15-18 балів	18-20 балів
	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань, допускаючи при цьому суттєві неточності,	В цілому володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст під час письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури допускаючи при цьому окремі	Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації,	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи

	правильно вирішив меншість тестових завдань	суттєві неточності та помилки. Правильно вирішив половину тестових завдань	допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно вирішив більшість тестових завдань	при цьому обов'язкову та додаткову літературу. Правильно вирішив усі тестові завдання
Вирішення практичних і ситуаційних завдань за темами курсу	<i>&lt;12 балів</i>	<i>12-15 балів</i>	<i>15-18 балів</i>	<i>18-20 балів</i>
	Завдання виконано частково і неякісно	Завдання розв'язані, але містять грубі помилки; завдання розв'язані не у повному обсязі та допущено значні помилки; не сформульовані висновки за результатами розрахунків	Завдання виконані повністю але при розв'язуванні допущені незначні помилки; не обґрунтовано викладений матеріал; у висновках містяться помилки та недоречності	Завдання розв'язані повністю і правильно, містять пояснення до розрахунків; показано вміння самостійно формулювати висновки за результатами проведеного дослідження
Тест множинного вибору (за кожну правильну відповідь 1 бал)	<i>&lt;9 балів</i>	<i>10-11 балів</i>	<i>12 - 13 балів</i>	<i>14-15 балів</i>
	Студент володіє окремими теоретичними елементами курсу. Цілісність розуміння теоретичного матеріалу відсутня.	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений програмою дисципліни, які є мінімально допустимими. Розуміє основні положення, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок.	Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає програмі дисципліни, але допускає окремі неточності.	Студент демонструє повні й міцні знання навчального теоретичного матеріалу в обсязі, що відповідає програмі курсу.
Презентація з доповіддю	<i>&lt;7 балів</i>	<i>10-11 балів</i>	<i>12 - 13 балів</i>	<i>14-15 балів</i>
	Вимоги щодо завдання не виконано	Більшість вимог виконано, але окремі складові відсутні або недостатньо розкриті, відсутній аналіз інших підходів до питання	Виконано усі вимоги завдання	Виконано усі вимоги завдання, продемонстровано, креативність, вдумливість, запропоновано власне вирішення проблеми, присутній творчий підхід



Екзамен (письмово, 2 теоретичних питання, 1 практичне завдання)	<18 балів	18-23	23-27 балів	27-30 балів
	Студент взагалі не відповів на питання, або його відповідь є неправильною, Аргументація відсутня взагалі або ж є абсолютно безсистемною чи алогічною. Задача розв'язана невірно. Відповідь на ситуативне завдання є необґрунтованою та алогічною	Студент дав відповідь на поставлене питання, однак допустив суттєві помилки як змістовного характеру, так і при оформленні відповіді на питання, у роботі багато грубих орфографічних помилок; порушено алгоритм розв'язку задачі і/або присутні помилки при розрахунках, відсутні висновки; обґрунтування відповіді до ситуатійного завдання є слабко аргументованим і/або в окремих аспектах алогічним	Студент дав досить змістовну відповідь на поставлене питання, але відповідь недостатня повнота, незначні неточності чи прогалини при поясненні того чи іншого аспекту питання; відповідь на ситуатійне завдання є недостатньо аргументованою; алгоритм розв'язку задачі є вірним, однак допущені помилки при розрахунках	Відповідь студента містить повний, розгорнутий, правильний виклад матеріалу з поставленого питання; демонструє знання основних понять і категорій та взаємозв'язку між ними, вірно розуміння змісту основних теоретичних положень; вказує на вміння давати змістовний та логічний аналіз матеріалу з поставленого питання; містить послідовний та аргументований розв'язок задачі (завдання); вірно зроблені розрахунки до задачі

### 5.3.Формативне оцінювання:

Для оцінювання поточного прогресу у навчанні та розуміння напрямів подальшого удосконалення передбачено

№	Елементи формативного оцінювання	Дата
1	Теоретичне письмове опитування (питання / тести)	3,8,12 тижні
2	Вирішення практичних і ситуатійних завдань	На кожному занятті
3	Обговорення самостійно виконаних домашніх завдань студентів	На кожному занятті
4	Усне обговорення презентації з доповіддю протягом занять	Протягом 1 тижня після подання на перевірку

## 6. НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ (ЛІТЕРАТУРА)

### 6.1. Основні джерела

#### 6.1.1. Підручники, посібники

1. Конспект лекцій з дисципліни «Маркетингові інновації» для студентів всіх форм навчання рівня вищої освіти «магістр» / Укладач: Л.Я. Турчи. Тернопіль: ТНЕУ, 2018. 103 с. URL:

<http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/32228/1/Конспект%20лекцій%20Маркетингові%20інновації.pdf>

2. Морохова В. О., Смолич Д.В. Товарна інноваційна політика: навч. посіб. Луцьк: Вежа-Друк, URL: <https://lib.lntu.edu.ua/sites/default/files/2021-01/ТОВАРНА%20ІННОВАЦІЙНА%20ПОЛІТИКА.pdf>

#### 6.1.2. Методичне забезпечення

1. Шумкова О.В., Лищенко М.О., Шумкова В.І. Товарна інноваційна політика. Навчальний посібник для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» денної та заочної форм навчання. Суми: СНАУ, 2023. 204 с. (Протокол Вченої ради СНАУ № 4 від 30.10.2023 р.)

2. Шумкова О.В. Товарна інноваційна політика. Конспект лекцій для студентів 2 м курсу спеціальності 075 «Маркетинг», освітнього ступеня «Магістр» денної та заочної форм навчання. Суми, 2022. 129 с. (Протокол № 3 від 10.02.2022 р.)

3. Шумкова О.В. Товарна інноваційна політика. Методичні рекомендації (робочий зошит) до проведення практичних занять для студентів 2 м курсу спеціальності 075 «Маркетинг» денної та заочної форм навчання освітнього ступеня - «Магістр. Суми, 2022. 49 с. (Протокол № 1 від 23.08.2022 р.)

4. Шумкова О.В. Товарна інноваційна політика. Методичні вказівки для виконання самостійної роботи для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» денної та заочної форми навчання. Суми, 2023. 31 с. (Протокол № 6 від 23.01.2023 р.)

5. Курс «Товарна інноваційна політика» в системі MOODLE / Автор: О.В. Шумкова. URL: <https://cdn.snau.edu.ua/moodle/course/view.php?id=1431>

#### 6.1.3. Інші джерела

1. Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan. Marketing 5.0: Technology for Humanity. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey. 2021. 238 p.

2. Shumkova Olena, Shumkova Viktoriia. Marketing management of investment and innovation activity of agricultural enterprises (Управління маркетингом інвестиційної та інноваційної діяльності сільськогосподарських підприємств). European journal of economics and management. 2019. Volume 5. Issue 1. p. 141-147 URL: [https://eujem.cz/wp-content/uploads/2019/eujem\\_2019\\_5\\_1/eujem\\_2019\\_5\\_1.pdf](https://eujem.cz/wp-content/uploads/2019/eujem_2019_5_1/eujem_2019_5_1.pdf)

3. Андреева Н.М., Рулінська О.В. Товарна інноваційна політика: навчальний посібник. Одес. нац. екон. ун-т. Одеса: Апрель, 2015. 279 с.

4. Лищенко М.О., Муштай В.А., Нечипоренко В.В., Шумкова О.В. Інноваційно-методичні та наукові основи з оцінювання товарного асортименту в маркетинговому менеджменті підприємства. Вісник Харківського національного аграрного університету а.у. В. В. Докучаєва. Серія «Економічні науки», 2021. № 2, Том.2. С. 269-280. <https://visen.knau.kharkov.ua/visn2021t2.html>

5. Нечипоренко В.В., Шумкова О.В., Шумкова В.І. Інноваційний маркетинговий менеджмент конкурентоспроможності продукції соціально-відповідального підприємства. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2024. Випуск 1 (42). С.120-125

6. Онопрієнко І.М., Шумкова О.В. Стратегічне планування нової продукції в маркетинговій діяльності промислового підприємства. Східна Європа: економіка, бізнес та

управління. 2021. № 6(33) С. С.155-161. URL: <http://www.easterneurope-ebm.in.ua/index.php/vipusk-33-2021>

7. Чухрай Н., Патора Р. Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві: Підручник. К.: КОНДОР, 2006. 398 с.

8. Шумкова О.В., Лишенко М.О, Шумкова В.І. Маркетингова товарна політика: навчальний посібник для студентів 4 курсу спеціальності 075 «Маркетинг» Суми: ФОП Литовченко Є.Б., 2020. 250 с.

9. Шумкова О.В., Шумкова В.І., Колодненко Н.В. Взаємозв'язок інноваційного та соціально-етичного маркетингів як джерела формування конкурентних переваг. Приазовський економічний вісник. Електронний науковий журнал 2023. Вип.1 (33). С.42-47  
URL:[http://pev.kpu.zp.ua/journals/2023/1\\_33\\_ukr/9.pdf](http://pev.kpu.zp.ua/journals/2023/1_33_ukr/9.pdf)

10. Щербань В.М., Козубенко Л.Д. Товарна інноваційна політика: навчальний посібник. К.: КОНДОР, 2006. 400 с.

#### 6.2. Додаткові джерела

1. Офіційний сайт організації Українська асоціація маркетингу. URL: <http://www.uam.kneu.kiev.ua>

2. Маркетинг в Україні. Науковий журнал Української асоціації маркетингу. URL: <http://uam.in.ua/ukr/projects/marketing-in-ua/arhive.php>

3. Офіційний сайт організації International Institute of Marketing Professionals. URL: <http://www.theiimp.org/marketing-international-association>

4. Офіційний сайт організації American Marketing Association URL: <https://www.ama.org>

#### 6.3. Програмне забезпечення

1. Використання стандартних пакетів Microsoft: Word, Excel, PowerPoint

2. Використання платформ Zoom, Google Meet, Microsoft Teams для організації онлайн-занять.

3. Сервіс Canva