

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

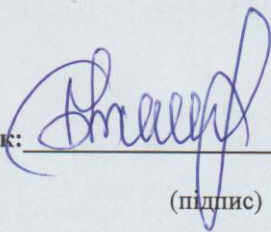
Робоча програма (силабус) освітнього компонента

**ОК 33.2 СТАЛИЙ РОЗВИТОК У ЦИФРОВУ ЕПОХУ
(обов'язковий)**

Спеціальність	181 Харчові технології
Освітня програма	Крафтові технології та гастрономічні інновації
Рівень вищої освіти	Перший(бакалаврський)

Суми – 2025

Розробник:



(підпис)

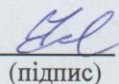
Тетяна УСТІК., д.е.н., професорка кафедри
маркетингу та логістики

(прізвище, ініціали) (вчений ступінь та звання, посада)

Розглянуто, схвалено та
затверджено на
засіданні кафедри
маркетингу та
логістики
(назва кафедри)

протокол від 16. 06. 2025 року, №18

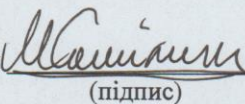
Завідувач
кафедри


(підпис)

Наталія МАКАРЕНКО
(прізвище, ініціали)

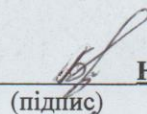
Погоджено:

Гарант освітньої програми


(підпис)

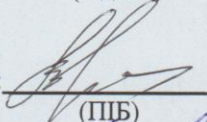
Марина САМЛІК
(ПІБ)

Декан факультету, де реалізується освітня програма

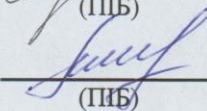

(підпис)

Наталія БОЛГОВА
(ПІБ)

Рецензія на робочу програму(додається) надана:

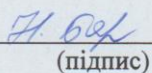

(ПІБ)

Василь ТИЩЕНКО


(ПІБ)

Маргарита ЛИШЕНКО

Методист відділу якості освіти,
ліцензування та акредитації


(підпис)

(**Надія БАРАНІК**)
(ПІБ)

Зареєстровано в електронній базі: дата: 28.08. 2025р.

1.ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНІЙ КОМПОНЕНТ				
1.	Назва ОК	Сталий розвиток у цифрову епоху		
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 обов'язкових ОК	Освітньо – професійна програма « Крафтові технології та гастрономічні інновації ». Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 181 Харчові технології галузі знань 18 Виробництво та технології		
5.	ОК може бути запропонований для вибіркових ОК	-		
6.	Рівень НРК	6		
7.	Семестр та тривалість вивчення	2 курс , 3 семестр, 15 тижнів		
8.	Кількість кредитів ЄКТС	Денна: 2 (60 годин)		
9.	Загальний обсяг годин та їх розподіл	Контактна робота(заняття) денна		Самостійна робота
		Лекційні	Практичні /семінарські	Лабораторні
		8	6	46
		денна форма навчання		
10.	Мова навчання	Українська		
11.	Викладач/Координатор освітнього компонента	д.е.н., професорка Устік Тетяна Володимирівна		
11.	Контактна інформація	050-407-04-70, 068-119-72-80 tanya_ustik@ukr.net , ауд. 214 е		
12.	Загальний опис освітнього компонента	Дисципліна «Сталий розвиток у цифрову епоху» - передбачає ознайомлення здобувачів вищої освіти з теоретичними основами та практичними підходами щодо використання цифрових технологій (ШІ, Big Data, IoT, мобільні додатки) для збалансування економічного зростання, соціального добробуту та збереження довкілля, підвищуючи ефективність послуг та забезпечуючи рівний доступ до можливостей майбутнім поколінням через цифрову трансформацію в сфері крафтових технологій та гастрономічних інновацій; формування у здобувачів вищої освіти таких соціальних навичок як лідерство; вміння працювати в критичних умовах; здатність логічно й системно мислити; креативність; об'єднаними спільними професійними інтересами; медіаграмотність, можливість знаходити власні розв'язання досліджуваної проблеми в сфері цифрових технологій. Дисципліна дозволяє розвинути відповідальність за власне навчання, а також оволодіння навичками як застосовувати знання у практичних ситуаціях, проводити дослідження на відповідному рівні, уміння працювати в команді. Надання здобувачам першого (бакалаврського) рівня вищої освіти		

		теоретичних знань і практичних навиків щодо оволодіння комплексом взаємопов'язаних між собою знань стосовно застосування механізмів та інструментів, які сприяють досягненню цілей сталого розвитку в цифрову епоху.
13.	Мета освітнього компонента	Мета: надання студентам знань щодо закономірності, створення і розвиток практичних умінь і навичок розв'язання реальних задач в сфері цифрових трансформацій, формування розуміння системних змін, які відбуваються у світі завдяки стрімкому розвитку цифрових технологій та їх проникненню в усі сфери життя, підвищення можливостей та здатності реалізовувати політику в сфері крафтових технологій та гастрономічних інновацій, направлену на досягнення цілей сталого розвитку, застосовуючи для цього цифрові інструменти, набуття практичних навичок роботи з цифровими технологіями та отримання нових знань, необхідних для успішної професійної діяльності та подальшого кар'єрного зростання. Ознайомлення здобувачів вищої освіти з основними чеснотами академічної доброчесності, набуття основних компетенцій, що дозволяють запобігати проявам академічної недоброчесності та забезпечують здійснення здобувачами навчальної діяльності на високому рівні академічної та наукової доброчесності.
14.	Передумови вивчення ОК, зв'язок з іншими освітніми компонентами ОП	Освітній компонент базується на вивченні таких дисциплін як: Сучасні мультимедійні технології, Громадянська освіта Освітній компонент є основою для вивчення ОК: Стратегічні комунікації та лідерство, Сучасні тренди в діловій комунікації, Гастрономічні інновації, Екотехнології у виробництві харчових продуктів
15.	Політика академічної доброчесності	Політика курсу – жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. У випадку таких подій – реагування відповідно до нормативних документів СНАУ про академічну доброчесність учасників освітнього процесу. https://snau.edu.ua/viddil-zabezpechennya-yakosti-osviti/zabezpechennya-yakosti-osviti/akademichna-dobrochesnist/ Для студентів є неприйнятним: - під час виконання контрольних робіт та теоретичного опитування використовувати джерела інформації (усні (підказки), письмові (роботи інших осіб), друковані (книги, методичні посібники), електронні (телефони, планшети), недозволені викладачем. - списування під час контрольних робіт заборонені. - Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування; - під час роботи над завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності: при використанні Інтернет ресурсів та інших джерел інформації студент повинен вказати джерело, використане під час виконання завдання.
16.	Посилання на курс в MOODLE	https://cdn.snau.edu.ua/moodle/enrol/index.php?id=6076
17.	Ключові слова	Сталий розвиток, цифрова епоха, інноваційні технології, цілі сталого розвитку, збалансування економічного зростання, добробут, збереження довкілля, цифрові інструменти

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) ¹ ПР27 ²	Як оцінюється РНД
ДРН 1. Застосовувати теоретичні знання та практичні навички щодо цифрових технологій; вміти обробляти і аналізувати результати діяльності підприємств із застосуванням сучасних цифрових методів та технологій в сфері крафтових технологій, можливості інтегрувати сталий розвиток у цифрову стратегію компанії. Проводити критичний аналіз маркетингових стратегій гастро-брендів, розрізняючи реальні екологічні інновації та маніпулятивні заяви.	x	Теоретичний зріз знань – тестування, перевірка основних термінів в сфері цифрових технологій та гастрономічних інновацій, Розробляти дизайн упаковки для гастрономічних продуктів щодо принципів циркулярної економіки.
ДРН 2. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження крафтової діяльності та практичного застосування цифрового інструментарію для гастрономічних інновацій. Впроваджувати цифрові інструменти (Blockchain, QR-кодування, NFC) для простежуваності походження сировини та захисту гастрономічної спадщини від підробок.	x	Розв'язування ситуаційних задач, робота на платформі, створення вебсайту ведення власної справи та цифрових реєстрів, інтерактивних карт локальних технік приготування їжі.
ДРН 3. Застосовувати цифрові інструменти для моніторингу та створення екологічних сервісів, надавати індивідуальні послуги в сфері крафтових технологій, через мобільні додатки та інтерактивні сервіси, проваджувати гастрономічну діяльність у соціальних мережах; налаштовувати та підвищувати ефективність таргето-ваної реклами. Розробляти моделі взаємодії між крафтовими виробниками та споживачами через цифрові платформи, для справедливого розподілу прибутків та підтримку локальних традицій.	x	Виконання завдань у особистому обліковому записі Business Manager Meta, соціальних мережах Facebook, Instagram, використання Big Data для ідентифікації та аналізу унікальних регіональних продуктів.
ДРН 4. Застосовувати науковий,	x	виконання

¹ Має відповідати Матриці забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньої програми, зазначається для обов'язкових освітніх компонентів ОП першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, для усіх (обов'язкових та вибіркових ОК)

аналітичний, методичний інструментарій для обґрунтування управлінських рішень в сфері цифрових технологій з урахуванням цілей сталого розвитку, застосовувати інноваційні підходи щодо провадження цифрових складових ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін мінливого ринкового середовища, вміння визначати гастрономічні інновації через призму екології.		індивідуального (самостійного) бізнес проекту з визначеної тематики, отримання сертифікату на платформі Прометеус,
---	--	--

ПР27². Здатність критично осмислювати глобальні виклики, пов'язані зі змінами клімату, цифровізацією та соціальною трансформацією, а також застосовувати цифрові інструменти для розв'язання комплексних проблем сталого розвитку в мультикультурному та демократичному середовищі

3. ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА (ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ)

Тема. Перелік питань, що будуть розглянуті в межах теми	Розподіл в межах загального бюджету часу (денна форма навчання)			Рекомендована література ²
	Аудиторна робота	Самостійна робота		
	ЛК	ПЗ	СРС	
Тема 1. Сутність сталого розвитку та його особливості в сфері крафтових технологій та гастрономічних інновацій Філософія крафтового виробництва як основа сталості. Сутність «трьох стовпів» у гастрономії, триада сталості: баланс між збереженням традицій (соціальний аспект), рентабельністю мікробізнесу (економічний аспект) та екологічною чистотою сировини (екологічний аспект). Особливості в сфері крафтових технологій з урахуванням цілей сталого розвитку. Гастрономічні інновації як інструмент стійкості. Концепція цифрової трансформації в контексті цілей сталого розвитку.	2	2	12	Основні джерела: 1,3,5,8, 14. Інші джерела: всі, за потреби.
Тема 2. Цифровізація як інструмент сталого крафту та гастрономічних інновацій Особливості використання ІТ-рішень для доведення автентичності та екологічності крафтового продукту. Роль соціальних мереж та маркетплейсів при формуванні малих брендів (модель D2C). Цифрова трансформація крафтових технологій (IoT, хмарні сервіси, Блокчейн для автентичності, Е-	2	1	10	Основні джерела: 1, 3,4,8,9,11,14 Інші джерела: всі, за

²Конкретне джерело із основної чи додатково рекомендованої літератури

commerce для крафтярів.				потреби.
Тема 3. Еко-дизайн упаковки, цифрові інструменти в гастрономічних інноваціях та грінвошинг у гастрономії Особливості цифрової трансформації еко-дизайну (розумна упаковка, цифрові паспорти продуктів). Характеристика видів мерчандайзингу, ефективний план мерчандайзингу. Блокчейн проти грінвошингу (динамічне маркування, цифровий аудит). Гастрономічні інновації: технології стало-го розвитку (цифрові двійники, розумні системи повернення тари, персоналізація еко-досвіду). Грінвошинг 2.0: нові форми маніпуляцій (цифровий грінвошинг, алгоритмічна упередженість).	2	2	12	Основні джерела: 1, 2,3,4,8,9,10, 15
Тема 4. Соціальна стійкість та гастрономічна спадщина в системі цифровізації сталого розвитку Характеристика складових цифрової архівації та гастрономічна пам'ять (створення цифрових близнюків (digital twins) традицій, інтерактивні карти спадщини). Соціальна стійкість через цифрову інклюзію (верифікація походження продукту, віртуальні тури на крафтові виробництва через розвиток еко- туризму, аналіз споживчих трендів для локальних продуктів, глобальні архіви рецептів та зміцнення культурної ідентичності). Гейміфікація сталого споживання та кіберзахист гастрономічних традицій (як мобільні додатки стимулюють молодь підтримувати гастроспадщину та хто володіє правами на "цифровий рецепт" народної кухні?).	2	1	12	Основні джерела: 1-5,10,12.
Всього	8	6	46	

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. Застосовувати теоретичні знання та практичні навички щодо цифрових технологій; вміти обробляти і аналізувати результати діяльності підприємств із застосуванням сучасних цифрових методів та технологій в сфері крафтових технологій, можливості інтегрувати сталий розвиток у цифрову стратегію компанії. Проводити критичний аналіз маркетингових стратегій гастро-брендів, розрізняючи реальні екологічні інновації та маніпулятивні заяви.	Інтерактивна лекція, письмове або усне опитування (тести/питання)	Робота з навчально-методичною літературою, конспектування, читання (опрацювання теоретичного матеріалу) методи навчання за характером логіки пізнання (аналітичний, методи синтезу, індукції та дедукції) Експрес-опитування студентів, усне опитування, тестування, використання навчальних та контролюючих тестів, використання опорних конспектів
ДРН 2. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження крафтової діяльності та практичного застосування цифрового інструментарію для гастрономічних інновацій. Впроваджувати цифрові інструменти (Blockchain, QR-кодування, NFC) для простежуваності походження сировини та захисту гастрономічної спадщини від підробок.	Інтерактивна лекція, експрес - опитування, розв'язання ситуаційних завдань, практична робота, метод кейсів (case study)	Робота з навчально-методичною літературою, конспектування, розв'язання ситуаційних завдань, взаємне навчання, робота в малих групах (підготовка командної презентації та захист кейсів), індивідуальне виконання завдань на платформі Business Manager Meta, соціальних мережах Facebook, Instagram та програми Create vista.
ДРН 3. Застосовувати цифрові інструменти для моніторингу та створення екологічних сервісів, надавати індивідуальні послуги в сфері крафтових технологій, через мобільні додатки та інтерактивні сервіси, проваджувати гастрономічну діяльність у соціальних мережах; налаштовувати та підвищувати ефективність таргетованої реклами. Розробляти моделі взаємодії між крафтовими виробниками та споживачами через цифрові платформи, для справедливого розподілу прибутків та підтримку локальних традицій.	Інтерактивна лекція, розв'язання ситуаційних завдань, використання контролюючих завдань, перевернутий клас метод кейсів (case study)	Робота з навчально-методичною літературою, конспектування, розв'язання ситуаційних завдань, взаємне навчання (peer to peer learning), використовувати інтерактивні методи: дискусії, диспути, проектування професійних ситуацій, «Мозковий штурм», володіння практичними навичками із провадження маркетингової діяльності у соціальних мережах

ДРН 4. Застосовувати науковий, аналітичний, методичний інструментарій для обґрунтування управлінських рішень в сфері цифрових технологій з урахуванням цілей сталого розвитку, застосовувати інноваційні підходи щодо провадження цифрових складових ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін мінливого ринкового середовища, вміння визначати гастрономічні інновації через призму екології.	Інтерактивна лекція, розв'язання ситуаційних завдань, використання контролюючих завдань, метод кейсів (case study)	Робота з навчально-методичною літературою, конспектування, розв'язання ситуаційних завдань, аналітичні методи навчання; обмін думками (think-pair-share), командна презентація та захист кейсів, дискусія, публічний виступ, кейс завдання, презентації, публічні виступи, дослідницька робота, Case-study
--	--	--

5. ОЦІНЮВАННЯ ЗА ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТОМ

5.1. Сумативне оцінювання

5.1.1. Для оцінювання очікуваних результатів навчання передбачено

№	Методи сумативного оцінювання	Бали / Вага у загальній оцінці	Дата складання
1	Теоретичний зріз знань: Усне опитування або тестування по кожній темі (за кожну правильну відповідь 1 бал) по першому та другому рубіжному контролю Максимальна оцінка по першому теоретичному рубіжному контролю - 15 балів Максимальна оцінка по другому теоретичному рубіжному контролю - 15 балів	30 балів / 30%	6-й тиждень, 14-й тиждень
2	Розв'язування ситуаційних задач, робота на платформі відкриття on-line крафтового бізнесу, виконання завдань у особистому обліковому записі Business Manager Meta, соціальних мережах Facebook, Instagram	25 балів / 25 %	5, 13 тиждень
3	Тест множинного вибору Kahoot, Case study	15 балів / 15 %	6 / 7 тиждень
4	Виконання індивідуального (самостійного) бізнес проєкту з визначеної тематики наукового дослідження, Характеристика цифрових інструментів в умовах сталості, отримання сертифікатів на платформі Прометеус, курси «Європейський зелений курс (ЄЗК) та Україна», «Добробут планети: що має знати й може вміти кожен», «Цифрові комунікації в глобальному просторі»	30 балів / 30 %	12-14 тиждень
	ВСЬОГО	100 балів / 100 %	15 тиждень

5.1.2. Критерії оцінювання

Компонент ³	Незадовільно	Задовільно	Добре	Відмінно ⁴
Теоретичний зріз знань: Усне опитування або тестування по кожній темі (за правильну відповідь 1 бал) по першому та другому рубіжному контролю Максимальна оцінка по першому теоретичному рубіжному контролю - 15 балів Максимальна оцінка по другому теоретичному рубіжному контролю - 15 балів	<18 балів Студент потребує індивідуального підходу та додаткових занять, оскільки не володіє необхідними знаннями та навичками для успішного виконання завдань, не знає значної частини програмного матеріалу, з труднощами виконує завдання, не орієнтується у термінології маркетингових комунікацій	19-23 балів Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений програмою дисципліни, які є мінімально допустимими. Розуміє основні положення, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усувати за допомогою викладача. Допускає певні неточності у визначеннях базових категорій, не завжди належно (коректно) аргументує або правильно дає відповідь на 1/3 (одну третину) поставлених запитань тощо.	24-27 балів Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає програмі дисципліни, але допускає окремі неточності. Під час заняття продемонстрував ініціативність. Відповіді на питання, розв'язання практичних завдань, висловлення власної думки стосовно дискусійних питань переважно ґрунтуються на знанні	28-30 балів Студент демонструє повні й міцні знання навчального теоретичного матеріалу в обсязі, що відповідає програмі дисципліни. Під час заняття продемонстрована стабільна активність та ініціативність. Відповіді на теоретичні питання, розв'язання практичних завдань, висловлення власної думки стосовно дискусійних питань ґрунтуються на глибокому знанні.
Розв'язування ситуаційних задач, робота на платформі відкриття on-line магазину, виконання завдань у особистому	<15 балів Вимоги щодо наукового проекту роботи не виконано.	16-19 балів Питання, винесені на розгляд, засвоєні частково, прогалини у	20-22 балів Питання, винесені на розгляд, засвоєні у повному обсязі; в основному	23-25 балів Виконані усі вимоги, продемонстровано креативність

³Зазначити компонент сумативного оцінювання

⁴Зазначити розподіл балів та критерії, що зумовлюють рівень оцінки

обліковому записі Business Manager Meta, соціальних мережах Facebook, Instagram Максимальна оцінка по першому практичному рубіжному контролю - 12 балів Максимальна оцінка по другому практичному рубіжному контролю - 13 балів		знаннях не носять істотного характеру; практичні навички та вміння сформовані недостатньо; більшість навчальних завдань виконано, деякі з виконаних завдань містять істотні помилки, які потребують подальшого усунення	сформовані необхідні практичні навички та вміння; Під час заняття продемонстрована ініціативність. Відповіді на питання, розв'язання практичних завдань, висловлення власної думки стосовно дискусійних питань переважно ґрунтується на знанні	вдумливість, запропоновано власне вирішення проблеми.
Тест множинного вибору (за кожну правильну відповідь 1 бал) Командна робота в міждисциплінарних групах; КАНООТ, flipped classroom, Case Study	<i><9 балів</i> Студент володіє окремими теоретичними та елементарними знаннями щодо викладеного курсу Цілісність розуміння теоретичного матеріалу відсутня.	<i>10-11 балів</i> Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений програмою дисципліни, які є мінімально допустимими. Розуміє основні положення, але допускає значну кількість неточностей, які повинні бути усунені.	<i>12 - 13 балів</i> Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає програмі дисципліни, але допускає окремі неточності.	<i>14-15 балів</i> Студент демонструє повні й міцні знання навчального теоретичного матеріалу в обсязі, що відповідає програмі дисципліни.
Виконання та захист індивідуального бізнес проєкту з визначеної тематики в сфері цифрового середовища в умовах сталості, Отримання сертифікатів на платформі Прометеус	<i><17 балів</i> Вимоги щодо захисту індивідуального (самостійного) наукового проєкту не виконано.	<i>17-21 балів</i> Захист індивідуального (самостійного) наукового проєкту виконано, але допускає значну кількість неточностей, які може усувати за	<i>22 -26 балів</i> Виконано усі вимоги захисту індивідуального (самостійного) бізнес проєкту, але є неточності в презентації матеріалу. При захисті індивідуального	<i>27- 30 балів</i> Виконані усі вимоги індивідуального (самостійного) бізнес проєкту, демонстрація творчого підходу,

		допомогою викладача. Є відповідність алгоритму у презентації, але відсутнє глибоке розуміння проблематики дослідження.	(самостійного) бізнес проекту в сфері маркетингових комунікацій студент дає вичерпні пояснення, але є неточності у пропозиціях.	креативність, запропоновано власне вирішення проблеми. критична та незалежна оцінка різноманітних точок зору, позицій, аргументів
--	--	--	---	---

5.2. Формативне оцінювання:

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

№	Елементи формативного оцінювання	Дата
1	Опитування та усні коментарі викладача за його результатами	5,8,10, 12 тиждень
2	Самооцінка поточного тестування	7,12 тиждень
3	Перевірка та обговорення індивідуального бізнес проекту з визначеної тематики в сфері цифрових технологій в умовах сталості	8,14 тиждень
4	Усний зворотній зв'язок від викладача та студентів після презентації проектів та аналітичних звітів за результатами досліджень	Протягом тижня після захисту
5	Настанови викладача в процесі виконання практичних завдань	кожну пару
6	Обговорення та самокорекція виконаної самостійної роботи студентами	через кожне практичне заняття
7	Перевірка та оцінювання письмових завдань та тести	5,7 11, 14 тиждень
8	Оволодіння навичками та вміння при розв'язуванні ситуаційних завдань , самооцінювання та взаємна оцінка відповідей	7,10, 13 тиждень

6. НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ (ЛІТЕРАТУРА)

6.1. Основні джерела

1. Мельничук Г.С., Мамалига В.О. Цифровізація економіки: можливості та загрози для ефективного функціонування підприємств. Приазовський економічний вісник. 2020. Випуск 2 (19). С. 125–130.
2. Горбаньова В.О. Концептуальні положення формування стратегії сталого розвитку підприємств в умовах цифрової економіки. Економіка та суспільство. 2023. № 48. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2273> (дата звернення: 08.06.2025)
3. Дороніна, О., & Трегубов, О. (2024). Стратегічне планування розвитку економічного простору регіонів України в умовах нестабільності. Економіка та суспільство, (68). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-172>

4. Сталый розвиток і цифрові інновації: колективна монографія / За заг. ред. академіка НАН України Б.В.Буркинського, О. А. Назаренка, О.І. Лайка, С.К. Хаджирадєвої; Одеса: ДУ ІРЕЕД НАНУ, 2024. 543 с.
5. Калініченко Л.Л. Проблеми розвитку крафтової діяльності в Україні Економіка: реалії часу. Науковий журнал. 2022. № 5 (63). С. 26-33. Режим доступу до журн.: <https://economics.net.ua/files/archive/2022/No5/26.pdf>.
6. Устік Т.В. ESG-маркетинг в агросекторі: адаптація українських агрофірм до міжнародних стандартів сталого розвитку. *Журнал з менеджменту, економіки та технологій*. № 2. 2025. С. 16-33 <https://journal-met.kh.ua/jme022025.html>
7. Устік Т.В., Сороколів О. Впровадження цифрових маркетингових інструментів для просування органічної продукції в умовах сталого розвитку. *ВІСНИК ХНТУ*. № 3(94) Ч. 1. 2025. С. 385-393 DOI: <https://doi.org/10.35546/kntu2078-4481.2025.3.1.46>
8. Мандич Олександра Валеріївна, Бабко Наталя Миколаївна, Устік Тетяна Володимирівна. Особливості цифровізації для відновлення агробізнесу України. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2022. № 3. С. 95-100 <https://ujae.org.ua/osoblyvosti-tsyfrovizatsiyi-dlya-vidnovlennya-agrobiznesu-ukrayiny/>
9. Устік Тетяна Володимирівна. Маркетинг регіонів як складова стратегії сталого розвитку: виклики, перспективи та інструментарій. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2024. Том.9. № 2. С. 28 – 33. <http://ujae.org.ua/publications/2024-2/>
<http://ujae.org.ua/marketyng-regioniv-yak-skladova-strategiyi-stalogo-rozvytku-vyklyky-perspektyvy-ta-instrumentarij/>
10. Летуновська Н. Є., Хоменко Л. М., Люльов О. В. Маркетинг у цифровому середовищі : підручник. Суми : Сумський державний університет, 2021. 259 с. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83910>
11. Терещенко І.О., Боровик Т.В., Даниленко В. І., Майборода О.В., Шульга Л.В. Перший посібник з таргетингу : навч. посібник. Київ, Видавничий дім «Вініченко», 2024. 166 с.
12. Mariia Dykha, Anastasiia Mohylova, Tetiana Ustik, Kseniia Bliumska-Danko, Valentina Morokhova & Li Tchon,. Marketing of Start-ups and Innovations in Agricultural Entrepreneurship, *Journal of Agriculture and Crops, Academic Research Publishing Group*, vol. 8(1), 2022. pages 27-34, 01-2022
13. Tetiana Ustik, Viktoriia Karmazanova, Svitlana Shurpa, Olena Zhuk, Olha Boiko, Larysa Radkevych. The impact of digitalization on marketing communications: new challenges for branding and advertising Business, *WSEAS Transactions on Information Science and Applications*, vol. 20, 2023 .pp. 344-355
14. Ustik Tetiana, Dubovyk Tetiana, Lagodienko Volodymyr, Chernobrovkina Svitlana, Vlasenko Yurii, Shmatok Maksym. Digital Content Marketing in Brand Management of Small Business Enterprises, Trading Companies and Territorial Marketing. *Theoretical and Practical Research in Economic Fields*, v. 15, n. 3, p. 552 - 565, sep. 2024
15. Шестакова А.В. SMM та аналітика ринку : навч. посібн. Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2021. 215 с. URL <http://surl.li/jrrrpo>

Допоміжні

1. Дзьоба, О. Г., & Михайлюк, Ю. Р. (2025). Теоретико-методологічні засади розвитку крафтового виробництва в умовах цифрової трансформації економіки. *Здобутки економіки: перспективи та інновації*, (14). <https://doi.org/10.5281/zenodo.14787034>
2. Дячек О.Ю., Доценко А.В. Основні тенденції розвитку цифрової економіки в Україні та світі. *Приазовський економічний вісник*. 2021. Випуск 1 (24). С. 235–239.
3. Руда М.В., Мазурик М.М. співпраця України та ЄС у сфері сталого розвитку: огляд перспектив. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2021. № 3 (1). С. 204–211.
4. Гражевська Н.І., Чигиринський А.М. Цифрова трансформація економіки в умовах посилення глобальних ризиків і загроз. *Економіка та держава*. 2021. № 8. С. 53–57.
5. Устік Тетяна, Шматок Максим. Інноваційні технології в управлінні брендом на підприємствах малого бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2024. № 69. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-130>
6. Колодяжна В.О. Теоретико-методичні основи дослідження крафтового виробництва аграрної продукції. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2022. Вип. 42. С. 177–182
7. Кульчицька А.Є., Царьова Т.О. Специфіка та тенденції розвитку ринку крафтової продукції в Україні. *Актуальні проблеми економіки та управління*. No 12. 2018. С. 3–14.
8. Осадчук І.В., Боліла С.Ю., Кириченко Н.В. Розвиток крафтового органічного сімейного фермерства – шлях до подолання безробіття на селі. *Ефективна економіка*. 2020. No 4. [URL:http://www.economy.nayka.com.ua](http://www.economy.nayka.com.ua)