

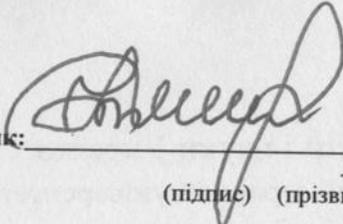
Міністерство освіти і науки України
Сумський національний аграрний університет
Факультет економіки і менеджменту
Кафедра маркетингу та логістики

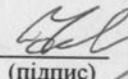
Робоча програма (силабус) освітнього компонента

**ОК 6.2 СТАЛИЙ РОЗВИТОК У ЦИФРОВУ ЕПОХУ
(обов'язковий)**

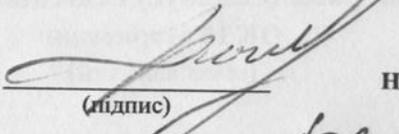
Спеціальність	073 МЕНЕДЖМЕНТ D3 МЕНЕДЖМЕНТ
Освітня програма	Менеджмент
Рівень вищої освіти	Перший(бакалаврський)

Суми – 2025

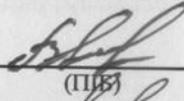
Розробник:  Тетяна УСТИК., д.е.н., професор кафедри маркетингу та логістики
(підпис) (прізвище, ініціали) (вчений ступінь та звання, посада)

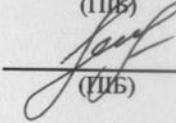
Розглянуто, схвалено та затверджено на засіданні кафедри маркетингу та логістики (назва кафедри)	протокол від <u>16 червня 2025 року</u> , № 18
Завідувач кафедри	 <u>Наталія МАКАРЕНКО</u> (підпис) (прізвище, ініціали)

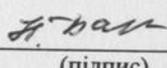
Погоджено:

Гарант освітньої програми  Наталія СТОЯНЕЦЬ
(підпис) (ПІБ)

Декан факультету, де реалізується освітня програма  Світлана ЛУКАШ
(підпис) (ПІБ)

Рецензія на робочу програму (додається) надана:  Валентина МУШТАЙ
(ПІБ)

 Вікторія ТКАЧЕНКО
(ПІБ)

Методист відділу якості освіти, ліцензування та акредитації  (Надія БАРАНИК)
(підпис) (ПІБ)

Зареєстровано в електронній базі: дата: 07.07. 2025 р.

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 « Менеджмент ». Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 073 Менеджмент (D3 Менеджмент) галузі знань 07 Управління і адміністрування (D Бізнес, адміністрування та право)		
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
	денна форма навчання	8	6	46
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	<p>Освітній компонент «Сталий розвиток у цифрову епоху» - передбачає ознайомлення здобувачів вищої освіти з теоретичними основами та практичними підходами щодо використання цифрових технологій (AI, Big Data, IoT, мобільні додатки), курс фокусується на пошуку балансу між економічним прогресом, соціальною інклюзивністю та екологічною безпекою. Здобувачі вищої освіти не лише опанують Digital-інструменти в сфері управління, а й прокачують критичні Soft Skills: від системного мислення до лідерства, мають можливість працювати в команді та проводити прикладні дослідження для розв'язання реальних викликів галузі бізнесу та адміністрування, володіють такими якостями як креативність та медіаграмотність.</p> <p>Складові освітнього компонента формують відповідальний підхід до самоосвіти та вміння застосовувати теорію у вирішенні реальних практичних кейсів. Надання здобувачам першого (бакалаврського) рівня вищої освіти теоретичних знань і практичних навиків щодо оволодіння комплексом взаємопов'язаних між собою знань стосовно застосування механізмів та Digital інструментів, які сприяють досягненню цілей сталого розвитку в цифрову епоху.</p>		

13.	Мета освітнього компонента	Мета: сформувати у здобувачів вищої освіти систему знань про цифрові трансформації та розвинути практичні навички для розв'язання реальних завдань у сфері управління та бізнесу, оволодіння системними змінами, які відбуваються у світі завдяки стрімкому розвитку цифрових технологій та їх проникненню в усі сфери життя, підвищення можливостей реалізовувати політику в сфері менеджменту та маркетингу, 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, Мікроекономіка, Історично-філософські студії. Освітній компонент є основою для вивчення ОК: Сучасні тренди в діловій комунікації, 3D-друк та комп'ютерний дизайн, Менеджмент, Маркетинг, Управління інноваціями
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, бізнес, інноваційні технології, цілі сталого розвитку, управління, соціальна інклюзивність, 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	Як оцінюється РНД
	ПРН19	
ДРН 1. Застосовувати теоретичні знання та практичні навички щодо цифрових технологій; володіти цифровим інструментарієм для аналізу та оптимізації бізнес-процесів. Вміти інтегрувати принципи сталого розвитку в цифрову стратегію компанії, здійснювати критичний аудит маркетингових стратегій, ефективно розрізняючи справжні екологічні інновації та прояви грінвошингу (маніпулятивних заяв). Синтезувати цифрові технології та екологічні стандарти у межах бізнес-моделі.	x	Теоретичний зріз знань – тестування, перевірка основних термінів в сфері цифрових технологій, бізнесу та управління. Розробляти дизайн упаковки враховуючи складові «зеленого» бізнесу та принципи циркулярної економіки.
ДРН 2. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування цифрового інструментарію для інноваційного менеджменту. Впроваджувати цифрові інструменти (Blockchain, QR-кодування, NFC) для простежуваності походження Еко-продукції та захисту її від підробок.	x	Розв'язування ситуаційних задач, робота на платформі https://www.promarketua.com.ua/make-website створення вебсайту ведення власної справи та цифрових реєстрів, інтерактивних карт зеленого туризму та Еко-турів.
ДРН 3. Застосовувати цифрові інструменти для моніторингу та створення екологічних сервісів, надавати індивідуальні послуги в сфері інновацій, бізнесу та управління через мобільні додатки та інтерактивні сервіси, проваджувати діяльність маркетинг менеджменту у соціальних мережах; налаштовувати та підвищувати ефективність таргетованої реклами. Розробляти моделі взаємодії між крафтовими виробниками та споживачами через цифрові платформи.	x	Виконання завдань у особистому обліковому записі Business Manager Meta, соціальних мережах Facebook, Instagram, використання Big Data для ідентифікації та аналізу унікальних регіональних крафтових продуктів.

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)

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 інновації в сфері менеджменту через призму екології.	x	виконання індивідуального (самостійного) бізнес проекту з визначеної тематики, отримання сертифікату на платформі Прометеус,
--	---	--

ПРН 19 Здатність критично осмислювати глобальні виклики, пов'язані зі зміною клімату, цифровізацією та соціальної 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 менеджменту та інновацій Концепція Triple Bottom Line (TBL): як збалансувати прибуток, людей та планету в сучасному менеджменті. Сутність «трьох стовпів», тріада сталості: баланс між збереженням традицій (соціальний аспект), рентабельністю мікробізнесу (економічний аспект) та екологічною чистотою продукції (екологічний аспект). Концепція цифрової трансформації в контексті цілей сталого розвитку Особливості складових сфери управління та бізнесу як інструмента стійкості..	2	2	12	Основні джерела: 1,3,5,8, 12, 14. Інші джерела: всі за потреби.
Тема 2. Сучасні тренди та цифрові інструменти в сфері управління та бізнесу Нова цифрова економіка та канали продажів: економіка творців, вплив метавесвітів та AR-технологій. Підприємництво в нових реаліях: як співробітники стають головними інфлюенсерами та архітекторами бренду. Цифрова стійкість підприємства: модель безпеки в архітектурі	2	1	10	Основні джерела: 1,4,8,9,11,14 Інші джерела: 1, 6,7

²Конкретне джерело із основної чи додатково рекомендованої літератури

сучасного підприємства, мінімізація ризиків та мультимарні рішення. CRM-системи як ядро маркетингової інформаційної системи сучасного підприємства. Використання Big Data у маркетинговому управлінні: можливості та виклики. Система ключових показників ефективності (KPI) у цифровому маркетингу:				
Тема 3. Еко-дизайн упаковки, крафтове виробництво, цифрові інструменти в інноваціях менеджменту та грінвошинг Особливості цифрової трансформації еко-дизайну (розумна упаковка, цифрові паспорти продуктів). Характеристика видів мерчандайзингу, ефективний план мерчандайзингу. Філософія крафтового виробництва як основа сталості Блокчейн проти грінвошингу (динамічне маркування, цифровий аудит). Крафтові інновації в менеджменті: технології сталого 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, 12, 15 Інші джерела: 1, 2, 4,7
Тема 4. Соціальна стійкість як фундамент інноваційного розвитку підприємства. Етичне лідерство та його роль у впровадженні принципів сталого розвитку в корпоративну культуру. Соціальна стійкість через цифрову інклюзію (верифікація походження Еко-продуктів, віртуальні тури на крафтові виробництва через розвиток Еко-туризму, аналіз споживчих трендів для локальних продуктів.). Характеристика складових цифрової архівації (створення цифрових близнюків (digital twins) традицій, інтерактивні карти спадщини). Гейміфікація сталого споживання та кіберзахист крафтових традицій (як мобільні додатки стимулюють молодь підтримувати гастро інновації та хто володіє правами на "цифровий рецепт" еко-продукту?). Феномен етичного лідерства в сучасну епоху. Роль керівника у впровадженні екологічних, соціальних та управлінських стандартів (Environmental, Social, and Governance).	2	1	12	Основні джерела: 1-5,10,9, 11, 12, 14, 16.
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>)
<p>ДРН 1. Застосовувати теоретичні знання та практичні навички щодо цифрових технологій; володіти цифровим інструментарієм для аналізу та оптимізації бізнес-процесів. Вміти інтегрувати принципи сталого розвитку в цифрову стратегію компанії, здійснювати критичний аудит маркетингових стратегій, ефективно розрізняючи справжні екологічні інновації та прояви грінвошингу (маніпулятивних заяв). Синтезувати цифрові технології та екологічні стандарти у межах бізнес-моделі.</p>	<p>Інтерактивна лекція, письмове або усне опитування (тести/питання)</p>	<p>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</p>
<p>ДРН 2. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні техно-логії, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування цифрового інструментарію для інноваційного менеджменту. Впроваджувати цифрові інструменти (Blockchain, QR-кодування, NFC) для простежуваності походження Еко-продукції та захисту її від підробок</p>	<p>Інтерактивна лекція, експрес - опитування, розв'язання ситуаційних завдань, практична робота, метод кейсів (case study)</p>	<p>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 програмі Create vista.</p>
<p>ДРН 3. Застосовувати цифрові інструменти для моніторингу та створення екологічних сервісів, надавати індивідуальні послуги в сфері інновацій, бізнесу та управління через мобільні додатки та інтерактивні сервіси, проваджувати діяльність маркетинг менеджменту у соціальних мережах; налаштовувати та підвищувати ефективність таргетованої реклами. Розробляти моделі взаємодії між крафтовими виробниками та споживачами через цифрові платформи.</p>	<p>Інтерактивна лекція, розв'язання ситуаційних завдань, використання контролюючих завдань, перевернутий клас метод кейсів (case study)</p>	<p>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</p>

<p>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.</p>	<p>Інтерактивна лекція, розв'язання ситуаційних завдань, використання контролюючих завдань, метод кейсів (case study)</p>	<p>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</p>
---	---	---

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	<p>Теоретичний зріз знань: Усне опитування або тестування по кожній темі (за кожен 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</p>	30 балів / 30%	6-й тиждень, 14-й тиждень
2	<p>Розв'язування ситуаційних задач, робота на платформі відкриття on-line власного бізнесу, виконання завдань у особистому обліковому записі Business Manager Meta, соціальних мережах Facebook, Instagram</p>	25 балів / 25 %	5, 13 тиждень
3	Тест множинного вибору Kahoot, Case study	15 балів / 15 %	6 / 7 тиждень
4	<p>Виконання індивідуального (самостійного) бізнес проекту 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», «Цифровий маркетинг»</p>	30 балів / 30 %	12-14 тиждень
	ВСЬОГО	100 балів / 100 %	15 тиждень

5.1.2. Критерії оцінювання

Компонент ³	Незадовільно	Задовільно	Добре	Відмінно ⁴
<p>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</p> <p>Максимальна оцінка по другому теоретичному рубіжному контролю - 15 балів</p>	<p><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</p>	<p>19-23 балів Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений програмою дисципліни, які є мінімально допустимими.</p> <p>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.</p>	<p>24-27 балів Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає програмі дисципліни, але допускає окремі неточності.</p> <p>Під час заняття продемонстрував ініціативність. Відповіді на питання, розв'язання практичних завдань, висловлення власної думки стосовно дискусійних питань переважно ґрунтується на знанні</p>	<p>28-30 балів Студент демонструє повні й міцні знання навчального теоретичного матеріалу в обсязі, що відповідає програмі дисципліни.</p> <p>Під час заняття продемонстрована стабільна активність та ініціативність. Відповіді на теоретичні питання, розв'язання практичних завдань, висловлення власної думки стосовно дискусійних питань ґрунтується на глибокому знанні.</p>
<p>Розв'язування ситуаційних задач, робота на платформі відкриття on-line магазину, виконання завдань у особистому</p>	<p><15 балів Вимоги щодо наукового проекту роботи не виконано.</p>	<p>16-19 балів Питання, винесені на розгляд, засвоєні частково, прогалини у</p>	<p>20-22 балів Питання, винесені на розгляд, засвоєні у повному обсязі; в основному</p>	<p>23-25 балів Виконані усі вимоги, продемонстровано креативність</p>

³Зазначити компонент сумативного оцінювання

⁴Зазначити розподіл балів та критерії, що зумовлюють рівень оцінки

<p>обліковому записі Business Manager Meta, соціальних мережах Facebook, Instagram</p> <p>Максимальна оцінка по першому практичному рубіжному контролю - 12 балів</p> <p>Максимальна оцінка по другому практичному рубіжному контролю - 13 балів</p>		<p>знання 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</p>	<p>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</p>	<p>вдумливість, запропоновано власне вирішення проблеми.</p>
<p>Тест множинного вибору (за кожен правильну відповідь 1 бал)</p> <p>Командна робота в міждисциплінарних групах; КАНООТ, flipped classroom, Case Study</p>	<p><i><9 балів</i></p> <p>Студент володіє окремими теоретичними та елементарними знаннями щодо викладеного курсу</p> <p>Цілісність розуміння теоретичного матеріалу відсутня.</p>	<p><i>10-11 балів</i></p> <p>Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений програмою дисципліни, які є мінімально допустимими. Розуміє основні положення, але допускає значну кількість неточностей, які повинні бути усунені.</p>	<p><i>12 - 13 балів</i></p> <p>Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає програмі дисципліни, але допускає окремі неточності.</p>	<p><i>14-15 балів</i></p> <p>Студент демонструє повні й міцні знання навчального теоретичного матеріалу в обсязі, що відповідає програмі дисципліни.</p>
<p>Виконання та захист індивідуального бізнес проєкту з визначеної тематики в сфері цифрового середовища в умовах сталості, Отримання сертифікатів на платформі Прометеус</p>	<p><i><17 балів</i></p> <p>Вимоги щодо захисту індивідуального (самостійного) наукового проєкту не виконано.</p>	<p><i>17-21 балів</i></p> <p>Захист індивідуального (самостійного) наукового проєкту виконано, але допускає значну кількість неточностей, які може усунувати за</p>	<p><i>22 -26 балів</i></p> <p>Виконано усі вимоги захисту індивідуального (самостійного) бізнес проєкту, але є неточності в презентації матеріалу. При захисті індивідуального</p>	<p><i>27- 30 балів</i></p> <p>Виконані усі вимоги індивідуального (самостійного) бізнес проєкту, демонстрація творчого підходу,</p>

		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 , самоцінювання 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. 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>
6. Устік Т.В., Сороколіт 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>
7. 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/>
8. 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-vyglyky-perspektyvy-ta-instrumentarij/>
9. Харченко, Т., Стоянець, Н. (2023). Екологічні складові в системі менеджменту корпоративної соціальної відповідальності. *Економіка та суспільство*, (48). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-92>
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. Kuzior, A., Huzenko, M., Stoyanets, N., Churikanova, O., & Vasylieva, T. (2025). Impact of fertilisers on drinking water quality in Europe: implications for sustainable agriculture. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*, 11(2), 65–87. <https://doi.org/10.51599/are.2025.11.02.03>
13. 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
14. Tetiana Ustik, Viktoriia Karmazinova, 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
15. 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
16. 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. 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)
8. Павловський М., Гацька Л., Завадська О. Діджитал трансформація бізнесу в умовах сучасних змін. *Економіка та суспільство*. 2023. № 50. URL: <https://cutt.ly/lw8wdBGs> (дата звернення: 03.06.2025)
9. Томах В., Сігасва Т., Мартиненко М. Цифрова трансформація управління підприємствами України у контексті сталого розвитку: інноваційні рішення, креативні технології. *Академічні візії*. 2023. № 18. URL: <https://zenodo.org/records/7840221> (дата звернення: 08.06.2025)