

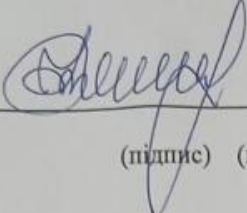
Міністерство освіти і науки України
Сумський національний аграрний університет
Факультет економіки і менеджменту
Кафедра маркетингу та логістики

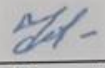
Робоча програма (силабус) освітнього компонента

**ОК 29.2 СТАЛИЙ РОЗВИТОК У ЦИФРОВУ ЕПОХУ
(обов'язковий)**

Спеціальність	242 ТУРИЗМ І РЕКРЕАЦІЯ
Освітня програма	ТУРИЗМ
Рівень вищої освіти	Перший(бакалаврський)


Суми – 2025

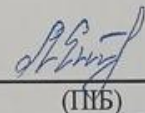
Розробник:  **Тетяна УСТІК**, д.е.н., професор кафедри
маркетингу та логістики
(підпис) (прізвище, ініціали) (вчений ступінь та звання, посада)

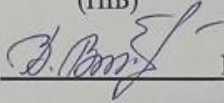
Розглянуто, схвалено та затверджено на засіданні кафедри маркетингу та логістики (назва кафедри)	протокол від 16. 06. 2025 року, № 18	
	Завідувач кафедри	<u></u> Наталія МАКАРЕНКО (підпис) (прізвище, ініціали)

Погоджено:

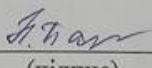
Гарант освітньої програми  **Олександр КОВАЛЕНКО**
(підпис) (ПІБ)

Декан факультету, де реалізується освітня програма  **Наталія БОЛГОВА**
(підпис) (ПІБ)

Рецензія на робочу програму(додається) надана:  **Лариса ЄПІК**
(ПІБ)

 **Вікторія МАКАРОВА**
(ПІБ)

Методист відділу якості освіти,
ліцензування та акредитації


(підпис)

Надія БАРАНІК
(ПІБ)

Зареєстровано в електронній базі: дата: 27. 08 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 « Туризм ». Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 242 «Туризм і рекреація» галузі знань 24 «Сфера обслуговування»,		
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	
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 аспектами та практичними підходами щодо використання цифрових технологій (AI, Big Data, IoT, мобільні додатки), навчити майбутніх лідерів індустрії гостинності балансувати між економічною вигодою, збереженням довкілля та соціальною відповідальністю, використовуючи можливості Industry 4.0. Здобувачі вищої освіти не лише опанують Digital-інструменти в сфері туризму та рекреацій, а й прокачують критичні Soft Skills: від критичного мислення до лідерства, працюють в команді та мають можливість проводити прикладні дослідження для розв'язання реальних викликів туристичної галузі, здобувачі характеризуються 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, проводити оцінку впливу цифрових рішень на екологію регіону. 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 туризму та рекреацій, оволодіння системними змінами, які відбуваються у світі завдяки стрімкому розвитку цифрових технологій та їх проникненню в усі сфери життя, підвищення можливостей реалізовувати політику в туристичній сфері, 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: Мультимедійні та інформаційні технології в туризмі, Історично-філософські студії, Екологічний туризм. Освітній компонент є основою для вивчення Активний туризм, 3D-друк та комп'ютерний дизайн, Менеджмент та бізнес-планування в туризмі, Інтернет-маркетинг та рекламна діяльність в туризмі
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, туризм, інноваційні технології, цілі сталого розвитку, рекреація, соціальна інклюзивність, збалансування економічного зростання, добробут, збереження довкілля, сталий туризм, туристичні потоки, 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
	ПРН 9	ПРН 16	ПРН 21	ПРН 22	ПРН 23	ПРН 24	
ДРН 1. Застосовувати теоретичні знання та практичні навички щодо цифрових технологій; володіти цифровим інструментарієм для аналізу та оптимізації бізнес-процесів в сфері туризму та рекреацій. 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 для розвитку зеленого туризму.	X	X	X	X	X		Теоретичний зріз знань – тестування, перевірка основних термінів в сфері цифрових технологій туристичної галузі. Проводити моніторинг туристичних потоків для запобігання надмірного туризму, аналізувати складові «зеленого» бізнесу
ДРН 2. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження туристичної діяльності та практичного застосування цифрового інструментарію для інноваційного управління, застосовуючи концепцію Sustainable Tourism. Впроваджувати цифрові інструменти (Blockchain, QR-кодування, NFC) для простежуваності походження Еко-продукції та захисту її від підробок, забезпечення прозорості ланцюгів постачання, підтримка екологічних сертифікатів..		X	X	X	X	X	Розв'язування ситуаційних задач, робота на платформі https://www.promarketingua.com.ua/make-website створення вебсайту ведення власної справи та цифрових реєстрів, інтерактивних карт зеленого туризму та проведення Еко-турів.

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)

<p>ДРН 3. Застосовувати цифрові інструменти для моніторингу та створення екологічних сервісів, надавати індивідуальні послуги в сфері інновацій, туризму та бізнесу, управління через мобільні додатки та інтерактивні сервіси, проваджувати туристичну діяльність у соціальних мережах; налаштовувати та підвищувати ефективність таргетованої реклами. Розробляти моделі розумних готелей з автоматизованим енергозбереженням та управлінням відходами. через цифрові платформи. Вміти просувати екологічні бренди через соціальні мережі.</p>	X	X	X	X		X	<p>Виконання завдань у особистому обліковому записі Business Manager Meta, соціальних мережах Facebook, Instagram, використання Big Data для іденти-фікації та аналізу унікальних регіональних туристичних турів щодо збереження культурної спадщини та біорізноманіття(сучасні мандрівники віддають перевагу екологічним варіантам розміщення, доступні через цифрові платформи),.</p>
<p>ДРН 4. Застосовувати науковий, аналітичний, методичний інструментарій для обґрунтування управлінських рішень в сфері цифрових технологій з урахуванням цілей сталого розвитку туризму та рекреацій, застосовувати інноваційні підходи щодо провадження цифрових складових ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін мінливого ринкового середовища, вміння визначати інновації в сфері «зеленого» туризму та рекреацій.</p>	X		X	X	X	X	<p>виконання індивідуального (самостійного) бізнес проекту з визначеної тематики, отримання сертифікату на платформі Прометеус,</p>

ПРН9. Організувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки

ПРН16. Діяти у відповідності з принципами соціальної відповідальності та громадянської свідомості.

ПРН21. Приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності.

ПРН22. Професійно виконувати завдання в невизначених та екстремальних ситуаціях.

ПРН23. Глибоко усвідомлювати значення національної безпеки, збереження Української державності та функціонування інститутів, що її захищають;

виявляти громадянську відповідальність і активну залученість у процеси її підтримання, керуючись принципами ціннісно-орієнтованого та етичного лідерства в професійній та громадській діяльності.

ПРН24. 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	
<p>Тема 1. Сутність сталого розвитку та його особливості в сфері туризму та рекреацій</p> <p>Концепція Triple Bottom Line (TBL): як збалансувати прибуток, людей та планету в сучасному туристичному бізнесі. Сутність «трьох стовпів», триада 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</p> <p>Особливості складових сфери туристичного бізнесу як інструмента стійкості.</p>	2	2	12	Основні джерела: 1,3,5,7,8, 10, 12, 14. Інші джерела: всі за потреби.
<p>Тема 2. Сучасні тренди та цифрові інструменти в сфері туризму та бізнесу</p> <p>Нова цифрова сфера туризму та канали продажів: економіка творців, вплив метавсесвітів та AR-технологій. Цифровий маркетинг етичного споживання: як алгоритми можуть підштовхувати туриста до вибору «зеленого» готелю чи локального виробника. Туристичні агенції в нових реаліях: як співробітники стають головними інфлюенсерами та архітекторами бренду. Цифрова стійкість туристичних дестинацій: модель безпеки в</p>	2	1	10	Основні джерела: 1,4,8,9,10,11, 15,17 Інші джерела: 1, 6,7

²Конкретне джерело із основної чи додатково рекомендованої літератури

архітектурі сучасного агенства, мінімізація ризиків та мультимарні рішення. CRM-системи як ядро маркетингової інформаційної системи сучасної агенції. Smart Destination: використання датчиків та Big Data для управління потоками людей у реальному часі.				
Тема 3. Еко-дизайн упаковки, крафтове виробництво, цифрові інструменти в туристичних інноваціях та грінвошинг Крафтове виробництво як частина турпродукту (Майстер-класи з гончарства, сироварні, локальні винокурні). Особливості цифрової трансформації еко-дизайну (крафтові вироби, упаковані в еко-дизайн, стають ідеальним сувеніром, який не шкодить довкіллю). Характеристика видів мерчандайзингу, ефективний план мерчандайзингу. Філософія крафтового виробництва як основа сталості Цифрові паспорти продуктів. Блокчейн проти грінвошингу (динамічне маркування, цифровий аудит). Крафтові інновації для зеленого «туризму»: 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, 15,16 Інші джерела: 1, 2, 4,7
Тема 4. Соціальна стійкість як фундамент інноваційного розвитку туристичної галузі. 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,). Інклюзивність як драйвер: розробка цифрових рішень для мандрівників з інвалідністю (цифрові аудіогіди, карти доступності) Гейміфікація сталого споживання та кіберзахист крафтових традицій (як мобільні додатки стимулюють молодь підтримувати туристичні інновації та хто володіє правами на "цифровий рецепт"). Феномен етичного лідерства в сучасну епоху. Створення майданчика для відкритого діалогу. 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, 16,17
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 в сфері туризму та рекреацій . 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 для розвитку зеленого туризму.</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 технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження туристичної діяльності та практичного застосування цифрового інструментарію для інноваційного управління, застосовуючи концепцію Sustainable Tourism. Впроваджувати цифрові інструменти (Blockchain, QR-кодування, NFC) для простежуваності походження Еко-продукції та захисту її від підробок, забезпечення прозорості ланцюгів постачання, підтримка екологічних сертифікатів.</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, туризму та бізнесу, управління через мобільні додатки та інтерактивні сервіси, проваджувати туристичну діяльність у соціальних мережах; налаштовувати та підвищувати ефективність таргетованої реклами. Розробляти моделі</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>

розумних готелей з автоматизованим енергозбереженням та управлінням відходами. через цифрові платформи. Вміти просувати екологічні бренди через соціальні мережі.		
ДРН 4. Застосовувати науковий, аналітичний, методичний інструментарій для обґрунтування управлінських рішень в сфері цифрових технологій з урахуванням цілей сталого розвитку туризму та рекреацій, застосовувати інноваційні підходи щодо провадження цифрових складових ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін мінливого ринкового середовища, вміння визначати інновації в сфері «зеленого» туризму та рекреацій.	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 власного 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», «Цифровий маркетинг»	30 балів / 30 %	12-14 тиждень
	ВСЬОГО	<i>100 балів /</i>	<i>15 тиждень</i>

		100 %	
--	--	-------	--

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. 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 продемонстрована 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 обліковому записі Business Manager Meta, соціальних мережах Facebook, Instagram</p> <p>Максимальна оцінка по першому практичному</p>	<p><15 балів Вимоги щодо наукового проекту роботи не виконано.</p>	<p>16-19 балів Питання, винесені на розгляд, засвоєні частково, прогалини у знаннях не носять істотного характеру; практичні навички та вміння сформовані</p>	<p>20-22 балів Питання, винесені на розгляд, засвоєні у повному обсязі; в основному сформовані необхідні практичні навички та вміння; Під час заняття продемонстрована</p>	<p>23-25 балів Виконані усі вимоги, продемонстровано креативність, вдумливість, запропоновано власне вирішення проблеми.</p>

³Зазначити компонент сумативного оцінювання

⁴Зазначити розподіл балів та критерії, що зумовлюють рівень оцінки

<p>рубіжному контролю - 12 балів</p> <p>Максимальна оцінка по другому практичному рубіжному контролю - 13 балів</p>		<p>недостатньо; більшість навчальних завдань виконано, деякі з виконаних завдань містять істотні помилки, які потребують подальшого усунення</p>	<p>ініціативність. Відповіді на питання, розв'язання практичних завдань, висловлення власної думки стосовно дискусійних питань переважно ґрунтується на знанні</p>	
<p>Тест множинного вибору (за кожною правильною відповіддю 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 проекту 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 проекту не виконано.</p>	<p><i>17-21 балів</i></p> <p>Захист індивідуального (самостійного) наукового проекту виконано, але допускає значну кількість неточностей, які може усунувати за допомогою викладача. Є відповідність алгоритму у презентації, але відсутнє глибоке розуміння проблематики дослідження.</p>	<p><i>22 -26 балів</i></p> <p>Виконано усі вимоги захисту індивідуального (самостійного) бізнес проекту, але є неточності в презентації матеріалу. При захисті індивідуального (самостійного) бізнес проекту в сфері маркетингових комунікацій студент дає вичерпні пояснення, але є неточності у пропозиціях.</p>	<p><i>27- 30 балів</i></p> <p>Виконано усі вимоги індивідуального (самостійного) бізнес проекту, демонстрація творчого підходу, креативність, запропоновано власне вирішення проблеми. критична та незалежна оцінка різноманітних точок зору, аргументів</p>

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 проєкту з визначеної тематики в сфері цифрових технологій в умовах сталості	8,14 тиждень
4	Усний зворотній зв'язок від викладача та студентів після презентації проєктів 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.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)
- 2.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>
- 3.Сталий розвиток і цифрові інновації: колективна монографія / За заг. ред. академіка НАН України Б.В.Буркинського, О. А. Назаренка, О.І. Лайка, С.К. Хаджирадевої; Одеса: ДУ ІРЕЕД НАНУ, 2024. 543 с.
4. Калина Т.Є., Арзуманян Т.Ю., Устік Т.В. Конкурентоспроможність туристичних дестинацій в умовах сучасних викликів. *Всеукраїнський науковий журнал. Актуальні проблеми інноваційної економіки та права*. Випуск № 4 / 2024 .С.90-94 http://apie.org.ua/wp-content/uploads/2024/08/apie_2024_r04_a17.pdf
5. Кара О., Міхо О., Растворова М. Стан та перспективи розвитку смарт-туризму: світовий досвід та українські перспективи (на прикладі міста Києва як туристичної дестинації). *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2024. 1(73). С. 127–131. URL: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2024-73-127-131> (дата звернення: 05.08.2025).
6. Писарева, І., Яловнича, К. (2024). Сталий розвиток туризму в цифрову епоху: розвиток смарт-дестинацій. *Економіка та суспільство*, (69). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-104>
7. Устік Тетяна. Інноваційні засади брендингу туристичних дестинацій. *Scientific journal. Development Service Industry Management*, №2. 2024. С.176–181. <https://dsim.khmnpu.edu.ua/index.php/dsim/article/view/157>
- 8.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>

9. Устік Т.В. Маркетинг міста: від брендингу до інвестицій. *Підприємництво і торгівля : Збірник наукових праць*. Львів: Видавництво ЛТЕУ, 2025. вип. 46. С.124-133 <https://doi.org/10.32782/2522-1256-2025-46-14>
10. 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/>
11. 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>
12. 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>
13. 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.
14. Mariia Dykha, Anastasiia Mohylova, Tetiana Ustik, Kseniia Bliumska-Danko, Valentina Morokhova & Li Tchou,. 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
15. Tetiana Ustik, Viktoriia Karmazynova, 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
16. 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
17. 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. № 4. URL:<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., Сігаєва 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)
10. 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>
11. Цвілій С., Жилко О., Зайцева В. Використання цифрових технологій в післявоєнному відновленні індустрії туризму. Bulletin of Sumy National Agrarian University. 2023. № 3 (95), С. 21-25. DOI: <https://doi.org/10.32782/bsnau.2023.3.3>
12. Паньків Н., Сняданко Д. Роль інформаційних технологій для розвитку туризму. Development Service Industry Management. 2025. № 2. С. 106–119. DOI: [https://doi.org/10.31891/dsim-2025-10\(23\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2025-10(23))