

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.05-05.01/ 051.00.1/М/ ВК10-2023
	Екземпляр № 1	Арк 16 / 1

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою факультету
бізнесу та сфери обслуговування

30 серпня 2023 р.,

протокол № 05

Голова Вченої ради

Галина ТАРАСЮК



**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В КРЕАТИВНІЙ ЕКОНОМІЦІ»**

для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «магістр»

спеціальності 051 «Економіка»

освітньо-професійна програма «Економіка»

факультет бізнесу та сфери обслуговування


кафедра фінансів та цифрової економіки

Схвалено на засіданні кафедри
фінансів та цифрової економіки

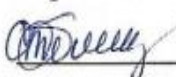
28 серпня 2023 р.,

протокол № 09

Завідувач кафедри

 Наталія ВИГОВСЬКА

Гарант освітньо-професійної програми

 Світлана ОБИХОД

Розробник: к.е.н., доцент кафедри фінансів та цифрової економіки,
ТКАЧУК Вячеслав

Житомир
2023–2024 н.р.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.05-05.01/ 051.00.1/М/ ВК10-2023
	Екземпляр № 1	Арк 16 / 2

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 5	Галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»	Вибіркова	
Модулів – 2	Спеціальність 051 «Економіка» (освітньо-професійна програма «Економіка»)	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 2		1-й	1-й
Загальна кількість годин – 150		Семестр	
		1-й	1-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 10,7; самостійної роботи студента – 14,3; заочної форми навчання: аудиторних – 1,0; самостійної роботи студента – 8,4.	Освітній ступінь «магістр»	Лекції	
		32 год.	8 год.
		Практичні	
		32 год.	8 год.
		Лабораторні	
		0 год.	0 год.
		Самостійна робота	
		86 год.	134 год.
Вид контролю: залік			

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної та індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання – 42,7 % аудиторних занять / 57,3 % самостійної та індивідуальної роботи;

для заочної форми навчання – 10,7 % аудиторних занять / 89,3 % самостійної та індивідуальної роботи.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.05-05.01/ 051.00.1/М/ ВК10-2023
	Екземпляр № 1	Арк 16 / 3

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою навчальної дисципліни «Інформаційні технології в креативній економіці» є формування у студентів знань, навичок і вмінь в секторі економіки, що базується на створенні продукту інтелектуальної діяльності, в основі якого лежить творчий процес, проектне мислення, креативна уява (моделювання), сучасні інформаційні технології та практична спрямованість на внутрішній і зовнішній ринки.

Основними завданнями навчальної дисципліни є:

- розуміння ролі інформаційних технологій в креативній економіці;
- ознайомлення з основами креативної економіки;
- вивчення сучасних інформаційних технологій;
- аналіз взаємодії інформаційних технологій і креативної діяльності;
- розробка креативних рішень та проектів, що базуються на інформаційних технологіях;
- розвиток креативних навичок та підвищення інноваційного потенціалу.

Студенти будуть **знати**:

- основні поняття та інструменти інформаційних технологій, такі як штучний інтелект, аналітика даних, віртуальна реальність, блокчейн та ін.;
- способи застосування інформаційних технологій для розробки, впровадження та монетизації креативних проектів;
- методики оцінювання інформаційних технологій для вибору оптимальних рішень у контексті креативної економіки;
- як працювати у швидкозмінному світі інформаційних технологій та розуміти важливість навчання протягом всього життя.

Також за результатами вивчення дисципліни «Інформаційні технології в креативній економіці» студенти будуть **вміти**:

- застосовувати інформаційні технології під час реалізації бізнес-проектів в креативних індустріях;
- розробляти та управляти інноваційними проектами;
- зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та в розвитку суспільства, техніки і технологій;
- знати основи побудови «розумного міста» та старт-управління («розумного» урядування);
- формувати нові конкурентоспроможні ідеї та реалізовувати їх у проектах (стартапах).

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.05-05.01/ 051.00.1/М/ ВК10-2023
	Екземпляр № 1	Арк 16 / 4

3. Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Креативні індустрії та їх розвиток

Розвиток сектору креативної економіки і креативних індустрій. Класифікація креативних індустрій, згідно з підходом DCMS. Класифікації креативних індустрій з урахуванням специфіки національного контексту. Порівняння підходів до визначення креативних / культурних індустрій.

Характеристика індустрій, де творчість – найважливіший сировинний ресурс і найцінніший економічний продукт.

Реклама як продукт креативної індустрії. Архітектура як сектор креативної індустрії. Галузь мистецтва та ремесла, їх розвиток в креативній економіці. Дизайн як окрема складова креативних індустрій. Роль індустрії моди у формуванні креативного капіталу. Особливості розвитку креативних індустрій: кіно і музика.

Формування креативної сектору економіки з урахуванням сфери виконавських мистецтв (театр / опера / танець / балет). Видавнича справа в системі креативних індустрій. Роль наукових досліджень та розробок у формуванні сучасної економіки. Характеристика галузі виробництва іграшок, ігор та відеоігор як складових креативної економіки.

Вплив соціальних медіа на формування креативного класу. Телебачення і радіо – вагомні інструменти впливу на формування креативного класу. Розвиток креативних індустрій в Україні.

Тема 2. Цифрова економіка у контексті формування креативного простору

«Цифрові» технології та їх вплив на зростання ефективності вітчизняної промисловості. Використання новітніх технологій в сфері економіки.

Інноваційні тренди сучасного соціально-економічного середовища. Складові концепції цифрової економіки. Створення «цифрового співтовариства» в Україні.

Цифровий розвиток та його структура.

Цифрові платформи як базис для електронної комерції та електронного бізнесу. Стан і перспективи розвитку українських цифрових платформ.

Головні рушійні сили, що зумовлюють необхідність розвивати цифрові навички і знання. Вплив цифрових технологій на підвищення продуктивності праці працівників підприємств.

Створення цифрового контенту. Управління цифровою ідентичністю. Управління даними, інформацією та цифровим контентом. Захист персональних даних і приватності. Перегляд, пошук і фільтрація даних, інформації та цифрового контенту.

Рівні Рамки цифрової компетентності 2.0. Цифрові знання і їх типи. Розвиток транснаціонального ринку онлайн-освіти.

Тема 3. Інформаційні технології в креативних індустріях

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.05-05.01/ 051.00.1/М/ ВК10-2023
	Екземпляр № 1	Арк 16 / 5

Інструменти зовнішньої реклами в Інтернет. Конфлікти між продажами через інтернет і традиційними каналами збуду товарів і послуг. Віртуалізація інформаційного середовища.

Програми комп'ютерного дизайну одягу. Впровадження САПР на підприємстві. Глобальні зміни в світі кіно. Музикування за допомогою комп'ютерної техніки.

Популярне видавниче ПЗ. Фактори сприймання поширення 3D-телебачення.

Передача радіосигналу, що базується на цифрових технологіях (цифрове радіомовлення).

Особливості сучасної журналістики. Зворотний зв'язок між телеканалом та його аудиторією.

Специфіка подачі інформаційного продукту онлайн-телеканалами. Нові властивості електронних засобів комунікації. Інтерактивність електронних засобів комунікації. Інтегрування екранного продукту в інтерактивне середовище.

Позитивні та негативні сторони оперативності інтернет-телебачення. Чинники популярності мережевих теленовін.

Тема 4. Формування креативного середовища міст

Сутність, роль та структура креативного середовища. Основні фактори формування креативного середовища. Характеристика факторів креативного середовища: диверсифікація економіки, комфортне оточення, інституціональна підтримка, соціальна активність.

«Індекс креативних міст» та концепція «3Т».

Поєднання економічного, соціального та культурного капіталів у креативній економіці.

Термін «відкрита культура» з точки зору урбаністики.

Сприяння держави у формуванні креативного середовища. Сприяння великого бізнесу у формуванні креативного середовища. Значення креативного проєкту для формування креативного середовища.

Проблеми та можливості розвитку креативних індустрій: економічні, інфраструктурні, культурні, освітні, соціальні, інституційні. Причини зростання важливості креативних індустрій в сучасному світі.

Освіта в розважальному форматі.

Бар'єри розвитку креативних індустрій в містах. Варіативність міського дизайну. Розвиток громадських просторів. Участь містян у прийнятті рішень з приводу різних сфер життя міста.

Регулювання процесів обміну креативною продукцією в онлайн-просторі.

Формування бренду міста.

Тема 5. Стратегії розвитку креативного сектору міст

Роль міста у розвитку креативної економіки.

Стратегії розвитку креативного сектору економіки. Стратегії і тактичні кроки,

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.05-05.01/ 051.00.1/М/ ВК10-2023
	Екземпляр № 1	Арк 16 / 6

спрямовані на розвиток креативного середовища.

Стратегії розвитку малих міст. Стратегії розвитку середніх міст. Стратегії розвитку великих міст.

Механізми та заходи становлення креативних індустрій. Картування креативних проєктів. Створення умов для системної і стихійної кластеризації суб'єктів креативних індустрій.

Мегаподія в стратегії розвитку міст. Формування креативних мереж.

Партисипаторне бюджетування в креативному розвитку міст. Ідеї розумних, креативних міст, еко-міст, «зелених» міст.

Досвід розробки креативної стратегії міста. Проєкт «розумне місто». Концепція «креативного міста».

Типи стратегій розвитку, характерних для креативних міст. Концепція нового урбанізму: принципи «розумного урбанізму».

Тема 6. Інформаційні та комунікаційні технології в управлінні Smart City

Інфраструктура Smart City. Складові «розумного міста». Забезпечення кібербезпеки в Smart City. Інтеграція інформаційних технологій та систем безпеки в інфраструктуру сучасного міста.

Здоровий і конкурентоспроможний ринок інформаційно-комунікаційних технологій. Розвиток бізнесу відповідно до принципів сталого розвитку.

Цифрове громадянське суспільство. Безпека циркулювання інформації в «розумному місті».

Інформаційно-комунікаційні технології в управлінні містом. Продукт віртуалізації рішень GovCloud. Інновації, що допомагають підвищити рівень соціальної згуртованості громадян.

Єдиний цифровий ринок ЄС. Захист персональних даних і прав на приватність особи з метою зміцнення довіри до онлайн-середовища. Стимулювання використання електронних послуг людьми похилого віку.

Взаємодія влади, громадян і бізнесу за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій. Розвиток електронного урядування та електронної демократії в Україні. Інформаційно-телекомунікаційні системи підтримки прийняття управлінських рішень та автоматизації адміністративних процесів. Індекс розвитку електронного уряду.

Тема 7. Формування і розвиток цифрової культури

Цифрова культура як нова форма буття. Формування культурного досвіду. Розвиток цифрової культури.

Компоненти цифрової грамотності. Правила поведінки в інтернеті.

Розвиток інформаційного суспільства. «Цифрова» модернізація українського суспільства. Процеси «оцифрування» сучасної культури.

Рациональне споживання інформації. Головні цінності цифрових середовищ.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.05-05.01/ 051.00.1/М/ ВК10-2023
	Екземпляр № 1	Арк 16 / 7

Цифрова культура – нові медіа. Цифрова культура як складова електронної культури.

Культура штучного інтелекту й віртуального світу.

«Зелене» використання інформаційних технологій. Екологічне відношення до цифрових технологій.

Критичний компонент цифрової грамотності. Розширення «цифрової» грамотності громадян. Цифрова грамотність як складова інформаційно-комунікаційної компетентності.

Тема 8. Підприємництво та інновації в креативній економіці

Зв'язок між креативністю та інноваціями. Інноваційне підприємство в Україні.

Креативне підприємництво та інновації.

Види інновацій в культурному чи економічному креативному секторі.

Стартап-компанії та стартап проекти. Розвиток стартап-індустрії в Україні.

Природна креативність підприємця. Креативні ідеї в сфері креативних індустрій.

Оформлення креативних просторів. Особливості перебування в зоні коворкінгу.

Організація інноваційного підприємництва в креативній економіці.

Можливості міського середовища для реалізації креативного потенціалу.

Перспективи та загрози розвитку місцевих комунікацій. Позитивні риси українського бізнес-середовища.

Поширення та розвиток креативної індустрії в місті. Просторова організація креативної індустрії. Локальні креативні простори в Україні.

Креативні інформаційні платформи.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.05-05.01/ 051.00.1/М/ ВК10-2023
	Екземпляр № 1	Арк 16 / 8

4. Структура (тематичний план) навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин							
	Денна форма				Заочна форма			
	Всього	Лекції	Практичні	Самостійна робота	Всього	Лекції	Практичні	Самостійна робота
Змістовий модуль 1. КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА ТА СТРАТЕГІЇ ЇЇ РОЗВИТКУ								
Тема 1. Креативні індустрії та їх розвиток	18	4	4	10	22	1	1	20
Тема 2. Цифрова економіка у контексті формування креативного простору	18	4	4	10	17	1	1	15
Тема 3. Інформаційні технології в креативних індустріях	18	4	4	10	17	1	1	15
Тема 4. Формування креативного середовища міст	18	4	4	10	17	1	1	15
Тема 5. Стратегії розвитку креативного сектору міст	18	4	4	10	17	1	1	15
Модульна контрольна робота №1	0	0	0	0	0	0	0	0
Разом змістовий модуль 1	90	20	20	50	90	5	5	80
Змістовий модуль 2. РОЗВИТОК ЦИФРОВОЇ КУЛЬТУРИ ТА ЦИФРОВОГО СЕРЕДОВИЩА								
Тема 6. Інформаційні та комунікаційні технології в управлінні Smart City	20	4	4	12	20	1	1	18
Тема 7. Формування і розвиток цифрової культури	20	4	4	12	20	1	1	18
Тема 8. Підприємництво та інновації в креативній економіці	20	4	4	12	20	1	1	18
Модульна контрольна робота №2	0	0	0	0	0	0	0	0
Разом змістовий модуль 2	60	12	12	36	60	3	3	54
Усього годин	150	32	32	86	150	8	8	134

5. Теми семінарських (практичних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
1	2	3	4
1.	Тема 1. Креативні індустрії та їх розвиток	4	1
2.	Тема 2. Цифрова економіка у контексті формування креативного простору	4	1
3.	Тема 3. Інформаційні технології в креативних індустріях	4	1
4.	Тема 4. Формування креативного середовища міст	4	1
5.	Тема 5. Стратегії розвитку креативного сектору міст	4	1
6.	Тема 6. Інформаційні та комунікаційні технології в управлінні smart	4	1

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.05-05.01/ 051.00.1/М/ ВК10-2023
	Екземпляр № 1	Арк 16 / 9

	city		
1	2	3	4
7.	Тема 7. Формування і розвиток цифрової культури	4	1
8.	Тема 8. Підприємництво та інновації в креативній економіці	4	1
	Всього годин	32	8

6. Завдання для самостійної роботи

Тема 1. Креативні індустрії та їх розвиток

1. Навести підходи до визначення поняття «креативні індустрії».
2. Порівняти підходи до класифікації креативних (культурних) індустрій.
3. Дослідити тенденції розвитку креативних індустрій в Україні.

Тема 2. Цифрова економіка у контексті формування креативного простору

1. Проаналізувати переваги та проблеми, які можуть виникнути в разі використання типової робочої сили менеджера банку та системи інтернет-банкінгу.
2. Визначити вплив цифрових технологій на підвищення продуктивності праці працівників підприємств.
3. Провести порівняння цифрових платформ як базису для електронної комерції та електронного бізнесу.

Тема 3. Інформаційні технології в креативних індустріях

1. Створити пост у соціальній мережі Facebook.
2. Створити власне рекламне оголошення.
3. З'ясувати причину конфліктів між продажами через інтернет і традиційними каналами збуду товарів і послуг.

Тема 4. Формування креативного середовища міст

1. Розкрити способи сприяння держави та великого бізнесу у формуванні креативного середовища.
2. Виконати кейс «Звідки ноги ростуть» (про різницю в стилі життя різних поколінь людей).
3. Виконати кейс «Моя ідентичність» (про належність до груп за інтересами та симпатіями).

Тема 5. Стратегії розвитку креативного сектору міст

1. Визначити заходи за пріоритетністю, які є доцільними в стратегії розвитку креативного міста, з розподілом їх на великі, середні і малі міста.
2. Провести картування креативних індустрій на території Житомирської області.
3. Виконати вправу «Мапа креативного міста».

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.05-05.01/ 051.00.1/М/ ВК10-2023
	Екземпляр № 1	Арк 16 / 10

Тема 6. Інформаційні та комунікаційні технології в управлінні smart city

1. Визначити ролі маркетингу у кожній з інноваційних сфер (здоров'я, демографії, добробуту, безпечної енергетики).
2. Обґрунтувати думку щодо роботизації, розвитку штучного інтелекту (ШІ), прискорення передачі даних, розвитку «розумного міста» як провідних інновацій.
3. Оцінити перспективи ринкового успіху технологій, що описані у кейсі «Виробнича революція на порозі».

Тема 7. Формування і розвиток цифрової культури

1. Пройти тест на загальну цифрову грамотність на інтернет-платформі «Дія. Цифрова освіта» за посиланням: <https://osvita.diiia.gov.ua/testing>. Після завершення тесту отримати сертифікат, що підтверджує ваші знання та навички.
2. Сформулювати правила раціонального споживання інформації.
3. Встановити напрями та аргументувати розвиток цифрової грамотності населення в Україні за кожним з них.

Тема 8. Підприємництво та інновації в креативній економіці

1. Написати по 5 економічних і соціальних ефектів від існування підприємницької діяльності в сфері креативних індустрій.
2. Навести 10 прикладів успішних проєктів у сфері креативних індустрій в Україні за останні 5 років.
3. Проаналізувати основні товарні характеристики, які сприяють споживчій реакції на товар-новинку (відносна перевага; сумісність; складність; можливість випробування; особливість товару, помітність серед інших) та наведіть пропозиції щодо подолання можливого несприйняття таких товарів: пластир для схуднення; їжа швидкого приготування; меблі-трансформери; пілосос з аквафільтром; енергоощадні лампи; електромобілі; ГМО.

7. Індивідуальні завдання

Індивідуальні завдання студент виконує за темами модуля за програмою у вигляді задач, ситуацій, реферативних доповідей, есе, повідомлень, структурно-логічних схем, презентацій, звітів з власного дослідження тощо.

8. Методи навчання

Методи навчання – взаємодія між викладачем і студентами, під час якої відбувається передача та засвоєння знань, умінь і навичок від викладача до студента, а також самостійної та індивідуальної роботи студента. При проведенні визначених

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.05-05.01/ 051.00.1/М/ ВК10-2023
	Екземпляр № 1	Арк 16 / 11

планом видів занять використовуються такі методи:

1. Під час викладення навчального матеріалу:
 - словесні (бесіда, пояснення, розповідь, інструктаж);
 - наочні (ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження) із застосуванням інформаційних технологій (PowerPoint-презентація);
 - практичні (вправи, практичні роботи, тестування).
2. За організаційним характером навчання:
 - методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності;
 - методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності;
 - методи контролю та самоконтролю у навчанні;
 - бінарні (поєднання теоретичного, наочного, практичного) методи навчання.
3. За логікою сприймання та засвоєння навчального матеріалу: індуктивно-дедукційні, репродуктивні, прагматичні, дослідницькі, проблемні тощо.
4. За мірою управління навчальною діяльністю: під керівництвом викладача; самостійна робота студентів з електронним навчальним курсом, виконання навчальних проєктів.

Використовуються дистанційні методи навчання. Дистанційні технології навчання передбачають здійснення взаємодії між учасниками освітнього процесу як асинхронно, так і синхронно у часі. Асинхронний режим – взаємодія між суб'єктами освітнього процесу, під час якої учасники взаємодіють між собою із затримкою у часі, застосовуючи при цьому електронну пошту, форуми, соціальні мережі, веб-ресурси університету тощо. Синхронний режим – взаємодія між суб'єктами освітнього процесу, під час якої всі учасники одночасно перебувають у веб-середовищі дистанційного навчання (чат, аудіо-, відеоконференція, соціальні мережі тощо).

Основною організаційною формою наведених вище методів навчання є лекція та семінарські (практичні) заняття. Передбачено, що заняття повноцінно реалізують мету студентоцентрованого навчання – активізувати пізнавально-творчу діяльність студентів, організувати суб'єктно-суб'єктну взаємодію. Тому під час їх проведення використовуються елементи і прийоми: рефлексії, дискусії, навчального тренінгу, колаборативного навчання, медіаосвіти тощо. Це лекції-бесіди, презентації проєктів, заняття з елементами рольових ігор і ситуативних вправ, навчального тренінгу.

9. Методи контролю

Оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти здійснюється у формі вхідного, поточного, модульного, підсумкового та залишкового контролю. **Вхідний контроль** – це оцінювання рівня підготовленості здобувача вищої освіти перед вивченням навчальної дисципліни. Результати вхідного контролю не враховуються в оцінюванні результатів вивчення навчальної дисципліни, але є підставою прийняття рішення про внесення коректив у робочу програму навчальної дисципліни.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.05-05.01/ 051.00.1/М/ ВК10-2023
	Екземпляр № 1	Арк 16 / 13

10	10	10	10	10	10	10	10	
M1 (10)				M2 (10)				

Примітка: T1, T2 ... T8 – теми змістових модулів; M1, M2 – змістові модулі.

Шкала оцінювання

За шкалою	Екзамен	Залік	Бали
A	Відмінно	Зараховано	90–100
B	Добре	Зараховано	82–89
C			74–81
D	Задовільно	Зараховано	64–73
E			60–63
FX	Незадовільно	Не зараховано	35–59
F		Не зараховано	0–34

11. Рекомендована література

Основна література

1. Божидарнік Т.В., Василик Н.М. Креативний менеджмент : навч. посібн. Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2014. 498 с.
2. Вахович І., Чуль О. Розвиток креативних індустрій: регіональний вимір : монографія. Луцьк : Вежа-Друк, 2014. 288 с.
3. Єжова О.В. Інформаційні технології у створенні швейних виробів : навч. посібн. Кіровоград : ФОРМ-АЛЕКСАНДРОВА М.В., 2015. 220 с.
4. Єжова О.В. Теорія і практика створення прогностичних моделей підготовки кваліфікованих робітників швейної галузі : моногр. Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2016. 472 с.
5. Інноваційне підприємництво: креативність, комерціалізація, екосистема : навч. посібн. для вищих навчальних закладів / авт. кол. : Ю.М. Бажал, І.В. Бакушевич, У. Венесаар та ін. / за ред. д-ра екон. наук, проф. Ю.М. Бажала. К. : Унів. вид-во ПУЛЬСАРИ, 2015. 280 с.
6. Креативний менеджмент : навч. посібн. Рівне : НУВГП, 2011. 211 с.
7. Ляшенко В.І., Вишневецький О.С. Цифрова модернізація економіки України як можливість проривного розвитку : моногр. ; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. К., 2018. 252 с.
8. Методологія апробаційного дослідження «Індекс культурного та креативного потенціалу міст України». К. : Аналітичний центр CEDOS, 2018. 31 с.
9. Окорський В.П., Валюх А.М. Креативний менеджмент : навч. посібн. Рівне : НУВГП, 2011. 211 с.
10. Дикань В.Л., Зубенко В.О., Маковоз О.В. та ін. Стратегічне управління : навч. посібн. К. : ЦУЛ, 2013. 272 с.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.05-05.01/ 051.00.1/М/ ВК10-2023
	Екземпляр № 1	Арк 16 / 14

11. Куйбіда В.С., Петрос О.М., Федулова Л.І., Андрощук Г.О. Цифрові компетенції як умова формування якості людського капіталу : аналіт. зап. К. : НАДУ, 2019. 28 с.

Додаткова література

1. Водянка Л.Д., Горошовська К.В. Перспективи розвитку бізнес-інкубаторів в Україні. Вісник Кам'янець-Подільського національного університету ім. І. Огієнка. Серія: Економічні науки. 2015. Вип. 10. С. 30–35.

2. Войнаренко М.Л., Скоробогата Л.В. Мережеві інструменти капіталізації інформаційно-інтелектуального потенціалу та інновацій. Вісник Хмельницького національного університету. 2015. № 3, Т. 3. С. 18–24.

3. Гаврілова Л.Г., Воронова Н.С. Цифрова культура як феномен сучасного інформаційно-комунікаційного педагогічного середовища. Засоби навчальної та науково-дослідної роботи. 2017. Вип. 48. С. 21–34.

4. Голидьбіна А.В., Язвінська Н.В. Особливості сучасного ринку ІТ-послуг та специфіка просування на ньому. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». 2017. № 14. С. 291–298.

5. Головка О.А. Вплив інформаційних технологій на формування сучасного книговидавництва та проблематика підготовки редакторів. Обрії друкарства. 2014. № 1(3). С. 95–102.

6. Грабар О.І., Кушніренко О.М. Сучасні напрями вдосконалення рекламної діяльності підприємства на основі використання інтернет-технологій. Вісник ЖДТУ. 2012. № 1(59). С. 91–94.

7. Грінченко А.К., Кочетова Т.І. Методології управління та розвитку продукту стартапу. Вісник НТУ «ХПІ». 2017. № 54(1257). С. 41–46.

8. Длугунович Н.А., Форкун Ю.В. Система комунікаційної діяльності в ІТ-компаніях, // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2017. № 872. С. 131–138.

9. Івашова Н.В., Іванова Т.Є. Застосування Internet-технологій у маркетингу: міжнародний досвід. Механізм регулювання економіки. 2015. № 4. С. 55–68.

10. Івашова Н.В., Гончаренко Т.П. Сучасний підхід до формування системи комунікацій промислового підприємства / Н.В. Івашова. Вісник Української академії банківської справи. 2011. № 1. С. 120–126.

11. Кізіма Т.О. Фінансове забезпечення розвитку культурно-мистецьких індустрій в Україні. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Економіка. 2017. № 6. С. 47–51.

12. Коляденко С.В. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні і у світі. Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2016. № 6. С. 105–112.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.05-05.01/ 051.00.1/М/ ВК10-2023
	Екземпляр № 1	Арк 16 / 15

13. Кудлай В.О. Цифрова грамотність особистості в контексті розвитку інформаційного суспільства. Вісник Маріупольського державного університету. Серія: філософія, культурологія, соціологія. 2015. № 10. С. 97–104.

14. Літовченко Б. Зародження креативної школи менеджменту: ретроспективний аналіз. Журнал європейської економіки. 2016. Т. 15, № 4. С. 369–386.

15. Луговський О.В. Цифрова культура і її невід’ємне місце в сучасному інформаційному суспільстві. Філософські обрії. 2019. № 42. С. 219–223.

15. Лук’яненко Д., Бурмака М., Галахова Т. Ідентифікація креативних інвестицій в глобальній економіці. Міжнародна економічна політика. 2016. № 2(25). С. 7–20.

16. Луценко В. Музично-комп’ютерні технології у професійній діяльності майбутнього вчителя музики в умовах підвищення вимог до якості сучасної освіти. Молодь і ринок. 2011. № 7(78). С. 81–84.

17. Малик І.П. Тенденції розвитку інформаційної економіки в Україні. Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. 2013. Вип. 1 (14). С. 25–34.

18. Монастирський Г.Л., Турчин Л.Я. Social Media Marketing як інструмент просування підприємств-надавачів транспортних послуг. Економічний аналіз : зб. наук. праць. Тернопіль : ВПЦ ТНЕУ «Економічна думка», 2018. Том 28. № 1. С. 258–264.

19. Мудра І., Кіца М. Вірусний маркетинг і ЗМІ. Теле- та радіожурналістика. 2017. Вип. 16. С. 128–133.

20. Прикидько О.М. Функціонування телебачення в інтернеті як у глобальному середовищі новинної журналістики. Держава та регіони. 2015. № 4(24). С. 96–99.

21. Продіус О.І. Креативний менеджмент як запорука сучасного ефективного управління. Економіка: реалії часу. 2012. № 3–4(4–5). С. 67–72.

22. Радзієвська О.Г. Інформаційна грамотність та цифрова нерівність: забезпечення дитини в сучасному інформаційному просторі. Інформація і право. 2017. № 1(20). С. 92–103.

23. Ситник Н.І. Екосистема стартапів як складова інноваційної екосистеми. Бізнес Інформ. 2017. № 8. С. 89–94.

24. Сова М.О. Музичні комп’ютерні технології як інструментарій сучасного освітнього процесу. Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. 2012. Вип. 16. С. 129–133.

25. Турський І.В. Глобальні та регіональні тренди креативних індустрій та перспективи їх розвитку в Україні. Моделювання регіональної економіки. 2017. № 2(30). С. 108–127.

26. Турський І.В. Регіональні моделі креативних індустрій: порівняльний аналіз. Моделювання регіональної економіки. 2016. № 2(28). С. 244–262.

27. Ціхуей В. Сучасні музично-комп’ютерні технології: суть, роль та значення в сучасній професійній музичній освіті. Теорія та методика навчання та виховання.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-19.05-05.01/ 051.00.1/М/ ВК10-2023
	Екземпляр № 1	Арк 16 / 16

2019. № 47. С. 9–16.

28. Шевцова А.О. Креативні стратегії розвитку міст: сутність поняття та підходи до його розуміння. Український географічний журнал. 2014. № 2. С. 39–43.

29. Deuze M. Participation, Remediation, Bricolage: Considering Principal Components of a Digital Culture. The Information Society. 2006. № 22(2). P. 63–75.

30. Kopishynska K. The key basics of the startup marketing. Evropský časopis ekonomiky a managementu. 2018. Vol. 4. Issue 6. P. 61–68.

31. Tapscott D. The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence. New York; Monreal: McGraw Hill, 1995. 432 p.

32. Yezhova O.V., Pashkevich K.L., Manoilenko N.V. Comparative analysis of foreign models of fashion education. Revista Romaneasca pentru Educatie Multidimensionala. 2018. Vol. 10(2). P. 88–101.

Інформаційні ресурси в Інтернет

1. Баб'ячок Р.І., Кульчицький І.І. Основні тенденції розвитку стартапів в Україні – проблеми, перешкоди і можливості [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.civic-synergy.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/Osnovni-tendentsiyi-rozvytku-startapiv-v-Ukrayini-1-1.pdf>. – Дата звернення: 08.09.2023.

2. Букацелі А.В. Креативне підприємництво як ресурс економіки [Електронний ресурс]. Ефективна економіка: електронне наукове фахове видання. – Режим доступу: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/6_2018/153.pdf. – Дата звернення: 08.09.2023.

3. Васильєва Л.М. Бізнес-інкубатор як форма й елемент інноваційної інфраструктури [Електронний ресурс]. 2015. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/26_OINXXI_2009/Economics/52632.doc.htm. – Дата звернення: 08.09.2023.

4. Джерела фінансування стартапів [Електронний ресурс]. – 2015. – Режим доступу: <https://bizua.org/266/dzherela-finansuvannya-startapiv>. – Дата звернення: 18.08.2022.

5. Історія розвитку та сутність бізнес-інкубування. Найбільш затребувані бізнес-інкубатори України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tempus.nung.edu.ua/uk/news>. – Дата звернення: 08.09.2023.