


|                         |   |   |
|-------------------------|---|---|
| Житомирська політехніка | МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ<br>ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»<br>Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 | Ф-19.04-<br>05.01/076.00.1/М/<br>ОК1-2023 |
|                         | Екземпляр № 1   | Арк 11 / 1                                |


## ЗАТВЕРДЖЕНО


Вченою радою факультету  
бізнесу та сфери обслуговування  
30 серпня 2023 р., протокол № 5  
Голова Вченої ради  
  
Галина ТАРАСЮК

### РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Цифрова грамотність (Digital Literacy)»

для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «магістр»  
спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля»,  
освітньо-професійна програма «Підприємництво та торгівля»,  
факультет бізнесу та сфери обслуговування  
кафедра менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій

Схвалено на засіданні кафедри  
інформаційних систем в  
управлінні та обліку  
29 серпня 2023 р.,  
протокол № 06

  
Завідувач кафедри  
Сергій ЛЕГЕНЧУК

Гарант освітньо-професійної  
програми  
  
Катерина ОРЛОВА

Розробники: д.е.н., проф., завідувач кафедри інформаційних систем в управлінні  
та обліку ЛЕГЕНЧУК Сергій;

PhD, старший викладач кафедри менеджменту, бізнесу та маркетингових  
технологій ЗАВАЛІЙ Тетяна

The Design Thinking work program is developed in the framework of ERASMUS+ CBHE project "Digitalization of economic as an element of sustainable development of Ukraine and Tajikistan" / DigEco 618270-EPP-1-2020-1-LT-EPPKA2-CBHE-JP / Робоча програма навчальної дисципліни "Дизайн-мислення (Design Thinking)" розроблено в рамках проекту Erasmus+ "Діджиталізація економіки як елемент сталого розвитку України та Таджикистану (DigEco) 618270-EPP-1-2020-1-LT-EPPKA2-CBHE-JP"

*This project has been funded with support from the European Commission. This document reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained there in. / Цей проект фінансується за підтримки Європейської Комісії. Цей документ відображає лише погляди автора, і Комісія не несе відповідальності за будь-яке використання інформації, що міститься в документі.*

Житомир  
2023–2024 н.р.

|                         |   |   |
|-------------------------|---|---|
| Житомирська політехніка | МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ<br>ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»<br>Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 | Ф-19.04-<br>05.01/076.00.1/М/<br>ОК1-2023 |
|                         | Екземпляр № 1   | Арк 11 / 2                                |

## 1. Опис навчальної дисципліни

| Найменування показників  | Галузь знань, напрям підготовки, освітній ступінь | Характеристика навчальної дисципліни |                       |
|--|---|--------------------------------------|-----------------------|
|  |   | денна форма навчання                 | заочна форма навчання |
| Кількість кредитів – 4   | Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»   | Обов'язкова                          |                       |
| Модулів – 1  | Спеціальність 076 «Підприємництво та торгівля»    | <b>Рік підготовки:</b>               |                       |
| Змістових модулів – 2  |   | 1                                    | -                     |
| Загальна кількість годин - 120   |   | <b>Семестр</b>                       |                       |
|  |   | 1                                    | -                     |
| Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4 самостійної роботи студента – 3,5 | Освітній ступінь «магістр»                        | <b>Лекції</b>                        |                       |
|  |   | 32 год.                              | - год.                |
|  |   | <b>Практичні</b>                     |                       |
|  |   | 32 год.                              | - год.                |
|  |   | <b>Лабораторні</b>                   |                       |
|  |   | -                                    | -                     |
|  |   | <b>Самостійна робота</b>             |                       |
| 56 год.  | - год.  |                                      |                       |
| <b>Вид контролю</b>  |   |                                      |                       |
|  | екзамен   | -                                    |                       |

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

для денної форми навчання – 53,33 % аудиторних занять, 46,67 % самостійної та індивідуальної роботи.

|                         |   |   |
|-------------------------|---|---|
| Житомирська політехніка | МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ<br>ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»<br>Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 | Ф-19.04-<br>05.01/076.00.1/М/<br>ОК1-2023 |
|                         | Екземпляр № 1   | Арк 11 / 3                                |

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Метою вивчення навчальної дисципліни** є формування у здобувачів вищої освіти сучасної системи теоретичних знань та практичних вмінь з використання цифрових технологій для доступу, організації, аналізу та оцінки цифрової інформації; відповідної соціальної поведінки в цифровому середовищі, включаючи правові та етичні фактори, пов'язані з використанням цифрових технологій та контенту; заходів для захисту особистих даних та безпеки.

**Завданнями навчальної дисципліни** є:

- розвиток цифрової компетентності та цифрової грамотності у майбутніх фахівців;

- формування уміння орієнтуватися в потоці цифрової інформації, працювати з нею, обробляти і вбудовувати в інформаційні технології в практичну діяльність;

- закладання базисів використання інструментів штучного інтелекту для створення цифрового контенту;

- вивчення основних підходів до цифровізації соціально-економічної системи як на рівні окремого бізнесу, так і на рівні цілої країни;

- сприяння формуванню інформаційної культури здобувачів вищої освіти.

Зміст навчальної дисципліни направлений на формування наступних **компетентностей**, визначених стандартом вищої освіти зі спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля»:

*Загальні компетентності (ЗК):*

**ЗК4.** Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

*Спеціальні компетентності спеціальності (ФК):*

**СК6.** Здатність до вибору та використання необхідного наукового, методичного, аналітичного інструментарію, а також спеціалізованого програмного забезпечення та інформаційних систем.

Отримані знання з навчальної дисципліни стануть складовими наступних **програмних результатів** навчання за спеціальністю 076 «Підприємництво та торгівля»:

**ПРН4.** Застосовувати бізнес-комунікації для підтримки взаємодії з представниками різних професійних груп;

**ПРН12.** Критично осмислювати, вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний, аналітичний інструментарій, а також спеціалізоване програмне забезпечення та інформаційні системи для вирішення задач управління.

|                         |   |   |
|-------------------------|---|---|
| Житомирська політехніка | МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ<br>ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»<br>Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 | Ф-19.04-<br>05.01/076.00.1/М/<br>ОК1-2023 |
|                         | Екземпляр № 1   | Арк 11 / 4                                |

### 3. Програма навчальної дисципліни

#### Модуль 1

#### Змістовий модуль 1. Методологічні основи цифрової грамотності

**Тема 1. Робота з комп'ютерами.** Найпоширеніші типи комп'ютерів. Структура персонального комп'ютера. Основні складові апаратного забезпечення. Основні складові програмного забезпечення. Операційна система (ОС) та її види. Інтерфейс користувача як основний спосіб взаємодії в ОС. Настільні та мобільні програми. Пристрої Bluetooth.

**Тема 2. Доступ до інформації в Інтернеті.** Четверта промислова революція. Методи підключення до мережі «Інтернет». Поняття «онлайн» і «офлайн». Технології Wi-Fi. IP-адреса. Дротове підключення до мережі для доступу до Інтернету, мобільне широкосмугове підключення. Перегляд вебсторінок. URL-адреса. Браузери. Розширення веббраузера (наприклад, віртуальна клавіатура турецькою мовою). Пошук в Інтернеті. Оцінка онлайн-інформації. Доменне ім'я / домен. «Білий список медіа» від Інституту масової інформації.

**Тема 3. Комунікація онлайн.** Електронна пошта як спосіб комунікації в Інтернеті. Створення та відправка електронних листів. Електронна пошта. Електронна поштова скринька. Адреса електронної пошти. Види email-акаунтів. Структурні елементи електронного листа. Поштові сервери (сервери електронної пошти). Миттєві повідомлення, голосові виклики та відеовиклики. Онлайніві голосові дзвінки.

**Тема 4. Забезпечення цифрової безпеки.** Захист від фішингових атак. Комунікація безпечно онлайн. Створення надійних паролей. Види менеджерів паролей. Найкращі практики для обміну інформацією онлайн. Поняття «цифровий слід». Важливість управління цифровим слідом. Куки-файли. Види куки-файлів залежно від їх нього призначення. VPN (англ. virtual private network) як спосіб зашифрувати вебтрафік і приховати IP-адресу.

#### Змістовий модуль 2. Практичні аспекти цифрової грамотності

#### Тема 5. Створення цифрового контенту

Рамка цифрових компетентностей громадян. Сутність і види цифрового контенту. Microsoft Word як прикладу текстового редактору. Microsoft Excel як приклад табличного редактору. Microsoft PowerPoint як приклад редактору для створення презентацій. Створення контенту за допомогою інструментів штучного інтелекту (ШІ). Нові соціально-економічні виклики «етичної» діяльності компаній – Greenwashing, Pinkwashing, Bluewashing.

#### Тема 6. Цифрове співробітництво і управління контентом

Цифрова трансформація робочого місця. Рівні цифрового співробітництва. Інструменти для цифрової співпраці. Управління контентом у цифровому середовищі. Особливості авторського права на цифровий контент. Закон України «Про цифровий контент і цифрові послуги». Досвід Європи у

|                         |   |   |
|-------------------------|---|---|
| Житомирська політехніка | МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ<br>ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»<br>Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 | Ф-19.04-<br>05.01/076.00.1/М/<br>ОК1-2023 |
|                         | Екземпляр № 1   | Арк 11 / 5                                |

нормативному регулюванні цифрового простору (Закон про цифрові послуги (The Digital Service Act, DSA), Закон про цифровий ринок (The Digital Market Act, DMA)).

#### Тема 7. Цифровий етикет. Фабінг і синдром втрачених можливостей

Цифровий етикет і нетикет. Правила доречної поведінки в мережі чи з цифровими пристроями. Фабінг як соціальний феномен порушення цифрового етикету. Типи фабінгу з огляду на різні соціальні взаємодії (партнерський, батьківський, робочий, студентський фабінг і фабінг начальника). Синдром втрачених можливостей (FoMo).

#### Тема 8. Цифрові сервіси України. Дія

Цифрові трансформації в Україні: розвиток та становлення. Проєкт «Дія. Цифрова держава». Електронна система публічних закупівель «Prozorro». Електронний цифровий підпис. Український онлайн-сервіс бізнес-аналітики «YouControl».

### 4. Структура (тематичний план) навчальної дисципліни

| Змістові модулі і теми   | Кількість годин |           |                         |                   |              |        |                         |                   |
|--|-----------------|-----------|-------------------------|-------------------|--------------|--------|-------------------------|-------------------|
|  | денна форма     |           |                         |                   | заочна форма |        |                         |                   |
|  | усього          | лекції    | практичні (лабораторні) | самостійна робота | усього       | лекції | практичні (лабораторні) | самостійна робота |
| <b>Модуль 1</b>  |                 |           |                         |                   |              |        |                         |                   |
| <b>Змістовий модуль 1. Методологічні основи цифрової грамотності</b> |                 |           |                         |                   |              |        |                         |                   |
| Тема 1. Робота з комп'ютерами  | 15              | 4         | 4                       | 7                 | -            | -      | -                       | -                 |
| Тема 2. Доступ до інформації в Інтернеті                             | 15              | 4         | 4                       | 7                 | -            | -      | -                       | -                 |
| Тема 3. Комунікація онлайн   | 15              | 4         | 4                       | 7                 | -            | -      | -                       | -                 |
| Тема 4. Забезпечення цифрової безпеки                                | 15              | 4         | 4                       | 7                 | -            | -      | -                       | -                 |
| <b>Разом за змістовий модуль 1</b>                                   | <b>60</b>       | <b>16</b> | <b>16</b>               | <b>28</b>         | -            | -      | -                       | -                 |
| <b>Змістовий модуль 2. Практичні аспекти цифрової грамотності</b>    |                 |           |                         |                   |              |        |                         |                   |
| Тема 5. Створення цифрового контенту                                 | 15              | 4         | 6                       | 7                 | -            | -      | -                       | -                 |
| Тема 6. Цифрове співробітництво і управління контентом               | 15              | 4         | 4                       | 7                 | -            | -      | -                       | -                 |
| Тема 7. Цифровий етикет. Фабінг і синдром втрачених можливостей      | 15              | 4         | 2                       | 7                 | -            | -      | -                       | -                 |
| Тема 8. Цифрові сервіси України. Дія                                 | 15              | 4         | 4                       | 7                 | -            | -      | -                       | -                 |
| <b>Разом за змістовий модуль 2</b>                                   | <b>60</b>       | <b>16</b> | <b>16</b>               | <b>28</b>         | -            | -      | -                       | -                 |
| <b>ВСЬОГО</b>  | <b>120</b>      | <b>32</b> | <b>32</b>               | <b>56</b>         | -            | -      | -                       | -                 |

|                         |   |   |
|-------------------------|---|---|
| Житомирська політехніка | МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ<br>ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»<br>Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 | Ф-19.04-<br>05.01/076.00.1/М/<br>ОК1-2023 |
|                         | Екземпляр № 1   | Арк 11 / 6                                |

## 5. Теми практичних (лабораторних) занять

| № з/п  | Назва теми  | Кількість годин |              |
|--|---|-----------------|--------------|
|  |   | денна форма     | заочна форма |
| <b>Модуль 1</b>  |   |                 |              |
| <b>Змістовий модуль 1. Методологічні основи цифрової грамотності</b> |   |                 |              |
| 1  | Робота з комп'ютерами                                   | 4               | -            |
| 2  | Доступ до інформації в Інтернеті                        | 4               | -            |
| 3  | Комунікація онлайн                                      | 4               | -            |
| 4  | Забезпечення цифрової безпеки                           | 4               | -            |
| <b>Змістовий модуль 2. Практичні аспекти цифрової грамотності</b>    |   |                 |              |
| 5  | Створення цифрового контенту                            | 6               | -            |
| 6  | Цифрове співробітництво і управління контентом          | 4               | -            |
| 7  | Цифровий етикет. Фабінг і синдром втрачених можливостей | 2               | -            |
| 8  | Цифрові сервіси України. Дія                            | 4               | -            |
| <b>РАЗОМ</b>   |   | 32              | -            |

## 6. Завдання для самостійної роботи

| № з/п  | Назва теми  | Кількість годин |              |
|--|---|-----------------|--------------|
|  |   | денна форма     | заочна форма |
| <b>Модуль 1</b>  |   |                 |              |
| <b>Змістовий модуль 1. Методологічні основи цифрової грамотності</b> |   |                 |              |
| 1  | <b>Робота з комп'ютерами</b><br>1. Дослідження структури ринку операційних систем в світі та в Україні, за різними видами гаджетів<br>2. Види форматів файлів за призначеннями<br>3. Нові покоління комп'ютерів: що чекає на нас у наступне десятиліття<br>4. Сутність «Закону Мура» (Гордона Мура)   | 8               | -            |
| 2  | <b>Доступ до інформації в Інтернеті</b><br>1. Особливості пошукової системи <a href="#">Qwant</a> (The search engine that values you as a user, not as a product)<br>2. <a href="#">Google Trends</a> як інструмент, який визначає тенденції пошукових запитів користувачів<br>3. Опрацювання звітів всесвітньовідомих консалтингових компаній (Deloitte, McKinsey&Company, PWC, BCG, KPMG, Bain&Company)<br>4. Дослідження структури ринку пошукових систем в світі та в Україні, за різними видами гаджетів<br>5. Перевірка інформації в Інтернеті за природою – факт чи судження, правда чи фейк, з автором чи без автора, за авторитетністю вебресурсу, де розміщена інформація тощо (див. що таке «джинса»)<br>6. Порівняльний аналіз конкретних SaaS-сервісів, які функціонують за Free та Freemium-моделями. Для порівняння обирайте сервіси, які пропонують аналогічні чи схожі послуги, які конкурують між | 8               | -            |

| Житомирська політехніка   | МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ<br>ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»<br>Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015<br>Екземпляр № 1   | Ф-19.04-05.01/076.00.1/М/ОК1-2023<br>Арк 11 / 7 |   |
|---|--|---|---|
|   | собою на ринку   |   |   |
| 3   | <b>Комунікація онлайн</b><br>1.Ботоферми як зброя масового соціального ураження<br>2.Email-комунікація як спосіб формальних офіційних комунікацій. Університетська пошта Житомирської політехніки як подібний приклад, який забезпечує формальні комунікації між учасниками освітнього процесу<br>3.Порівняльний аналіз сервісів-організаторів відеоконференцій Google Meet, ZOOM, Microsoft Teams<br>4.Можливості месенджерів щодо спільної роботи і відеозв'язок<br>5.Комунікація у соціальних мережах за інтересами на конкретних прикладах (наприклад, група «Книжкова барахолка» у Facebook і однойменний <a href="#">телеграм-канал</a> )  | 12  | - |
| 4   | <b>Забезпечення цифрової безпеки</b><br>1.Опрацювання способів захисту гаджету від проникнень шахраїв<br>2.Способи перевірки безпечності покупки в Інтернеті (наприклад, як перевірити безпечність покупки на OLX?)<br>3.Правила фактчекінгу та перевірки даних з Інтернету на достовірність та прив'язку до перевірених фактів (наприклад, розбір фейку «Корпорації Pfizer та Moderna були залучені до воєнно-біологічних дослідів США в Україні» від фактчекінгового проєкту незалежної аналітичної платформи «Вокс Україна»)<br>4.Ризики використання хмарних сервісів (приклад, ПРИВАТу за квітень 2024 р. про переніс всіх даних з фізичних серверів з України)<br>5.Необхідність розробки політики цифрової безпеки для бізнесу (організації, установи тощо) | 12  | - |
| <b>Змістовий модуль 2. Практичні аспекти цифрової грамотності</b> |  |   |   |
| 5   | <b>Створення цифрового контенту</b><br>1.Опрацювання бібліотек/ каталогів інструментів ШІ<br>2.Вірусність цифрового контенту як запорука його успіху<br>3.Створення інтерактивної презентації<br>4.Переваги використання інструментів ШІ для рутинної роботи чи рутинних завдань: що саме делегувати?  | 16  |   |
| 6   | <b>Цифрове співробітництво і управління контентом</b><br>1.Основні напрямки віртуалізації в економіці (електронна комерція, фінтех, смарт-контракти, Інтернет речей, штучний інтелект, машинне навчання)<br>2.Професії, які можуть бути замінені робототехнікою та іншими новітніми технологіями в найближче десятиліття<br>3.Теорія «Чорного лебедя» в інформаційному просторі Інтернету<br>4.Наукове цифрове співробітництво: український та міжнародний виміри  | 10  |   |
| 7   | <b>Цифровий етикет. Фабінг і синдром втрачених можливостей</b><br>1.Номофобія як залежність від смартфонів<br>2.Перегляд фільму «Соціальна дилема» для подальшої дискусії про соціальні мережі та їхній вплив на користувачів, зокрема з акцентом на користувачів-підлітків  | 10  |   |

|                         |   |   |
|-------------------------|---|---|
| Житомирська політехніка | МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ<br>ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»<br>Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 | Ф-19.04-<br>05.01/076.00.1/М/<br>ОК1-2023 |
|                         | Екземпляр № 1   | Арк 11 / 8                                |

|   |  |    |  |
|---|--|----|--|
|   | 3.Етичні вимоги до українського бізнесу та його офіційних представників у цифровому просторі (наприклад, кейс від інтернет-книгарні «УАКАВОО» – Звільнення генерального директора через сексистські висловлювання)<br>4.Етичні вимоги до українського бізнесу через залучення ШІ (наприклад, кейс від видавництва «Ранок» - Книга «ХОЧУ НА МАРС» створена ШІ: чи є порушення етичних норм?)<br>5.Цифровий детокс як варіант обмежити себе від постійного використання смартфона та організувати життя у правильніший спосіб (наприклад, мобільна програма FOREST, яка дозволяє організувати користувача, щоб той менше використовував смартфон)<br>6.«Фонове» споживання контенту – більше переваг чи недоліків? (для користувача) |    |  |
| 8 | <b>Цифрові сервіси України. Дія</b><br>1.Цифрова економіка України: великі плани і великі виклики<br>2.Проект Y.C.Market від YouControl: для потреб бізнес-аналітики<br>3.Нормативне регулювання електронного урядування в Україні<br>4.Дія як інструмент боротьби з корупцією   | 10 |  |
|   | <b>РАЗОМ</b>   | 86 |  |

## 7. Індивідуальні завдання

У межах вивчення навчальної дисципліни «Цифрова грамотність (Digital Literacy)» передбачено індивідуальне самостійне завдання, яке передбачає створення цифрового контенту за допомогою онлайн-сервісів.

## 8. Методи навчання

Передбачено використання словесних, наочних та практичних методів навчання. Для полегшення засвоєння матеріалу використовуються технічні засоби та програмне забезпечення.

### Технічні засоби та програмне забезпечення для проведення аудиторних занять

| № з/п | Назва теми                       | Технічні засоби  | Програмне забезпечення                          |
|-------|----------------------------------|--|---|
| 1     | Робота з комп'ютерами            | Комп'ютер, мобільний пристрій, доступ до мережі Інтернет | -   |
| 2     | Доступ до інформації в Інтернеті | Комп'ютер, мобільний пристрій, доступ до мережі Інтернет | -   |
| 3     | Комунікація онлайн               | Комп'ютер, мобільний пристрій, доступ до мережі Інтернет | Google Meet, Zoom                               |
| 4     | Забезпечення цифрової безпеки    | Комп'ютер, мобільний пристрій, доступ до мережі Інтернет | Сайти, які допомагають виявляти кібершахрайства |
| 5     | Створення цифрового контенту     | Комп'ютер, мобільний пристрій, доступ до мережі          | Canva, Flourish, Google сервіси                 |



|                         |   |  |   |
|-------------------------|---|--|---|
| Житомирська політехніка | МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ<br>ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»<br>Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 |  | Ф-19.04-<br>05.01/076.00.1/М/<br>ОК1-2023 |
|                         | Екземпляр № 1   |  | Арк 11 / 9                                |

|   |   |  |  |
|---|---|--|--|
|   |   | Інтернет   |  |
| 6 | Цифрове співробітництво і управління контентом          | Комп'ютер, мобільний пристрій, доступ до мережі Інтернет | Різні хмарні сховища (Google Диск)       |
| 7 | Цифровий етикет. Фабінг і синдром втрачених можливостей | Комп'ютер, мобільний пристрій, доступ до мережі Інтернет | -  |
| 8 | Цифрові сервіси України. Дія                            | Комп'ютер, мобільний пристрій, доступ до мережі Інтернет | Вебпортал «Дія», мобільна програма «Дія» |

## 9. Методи контролю

Проміжний контроль самостійної роботи студентів. Проміжний контроль включає оцінювання результатів самостійного вивчення теоретичного та практичного матеріалу.

Кожен студент денної форми навчання повинен виконати МКР за семестр.

Семестровий контроль

1. Оцінювання якості засвоєння дисципліни за всіма видами навчальних занять проводиться без участі студента на підставі усіх попередніх модульних контролів, що передбачені робочою програмою.

2. Загальна кількість балів та результати семестрового контролю доводяться до відома студента. При проведенні підсумків семестрового контролю необхідно враховувати наступне:

у разі, якщо студент погоджується з результатом контролю, відповідна кількість балів та оцінка (за національною шкалою та шкалою ECTS) виставляються в екзаменаційну відомість;

у разі, якщо студент отримав від 0 до 59 балів, то в екзаменаційну відомість за національною шкалою виставляється оцінка «не зараховано» («F» та «FX» відповідно до шкали ECTS). Складання екзамену оцінюється в 100 балів та проводиться за направленням з деканату;

у разі, якщо студент, який отримав позитивну оцінку за результатами модульного контролю, має бажання підвищити результати семестрового контролю, то він складає екзамен із всього курсу під час сесії (за розкладом), результати якого виставляються в екзаменаційну відомість.

## 10. Розподіл балів

| Поточне тестування та самостійна робота |    |    |    |       |                    |    |    |    |          |       |      |
|---|----|----|----|-------|--------------------|----|----|----|----------|-------|------|
| Змістовий модуль 1                      |    |    |    | МКР 1 | Змістовий модуль 2 |    |    |    | Інд завд | МКР 2 | Сума |
| T1                                      | T2 | T3 | T4 |       | T1                 | T2 | T3 | T4 |          |       |      |
| 5                                       | 5  | 5  | 5  | 20    | 5                  | 5  | 5  | 5  | 20       | 20    | 100  |
| 20                                      |    |    |    | 20    | 20                 |    |    |    | 20       | 20    | 100  |

|                         |   |   |
|-------------------------|---|---|
| Житомирська політехніка | МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ<br>ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»<br>Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 | Ф-19.04-<br>05.01/076.00.1/М/<br>ОК1-2023 |
|                         | Екземпляр № 1   | Арк 11 / 10                               |

### 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. Дарчук В.Г. Аналіз та планування маркетингової діяльності: Навч. посібник. Київ: ДУТ, 2019. 146 с. URL: <https://cutt.ly/VeQBvMfJ>

2. Економічна аналітика в бізнесі: навч. посібник / О.С. Гринькевич, С.О. Матковський, А.В. Сидорова та ін.; за ред. О.С. Гринькевич, С.О. Матковського, А.В. Сидорової, Н.С. Струк. Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2022. 480 с. URL: <https://cutt.ly/keQBUnZ>

3. Зоріна О.І., Нескуба Т.В., Мкртичян О.М. Маркетингово-економічний аналіз: Конспект лекцій. Харків: УкрДУЗТ, 2021. 65 с. URL: <https://cutt.ly/zM28tii>

4. Сидорова А.В., Біленко Д.В., Буркіна Н.В. Бізнес-аналітика: навч.-метод. посібник. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2019. 104 с. URL: <https://cutt.ly/ceEegKnc>

5. Чугаєв О.А. Європейське бізнес-середовище: навч. посібник. К.: ВПЦ «Київський університет», 2020. 183 с. URL: <https://cutt.ly/8eEefjXt>

### Допоміжна література

1. Brooks D. What Data can't do. The New York Times. Feb 18, 2013. URL: <https://cutt.ly/ieQ6JMHI>

2. Grigsby M. Marketing Analytics: A Practical Guide to Real Marketing Science. London: Philadelphia: Kogan Page, 2015. 232 p. URL: <https://archive.org/details/marketinganalyti0000grig/page/n7/mode/2up><sup>1</sup>

3. Sweetwood A. The Analytical Marketer: How to Transform Your Marketing Organization. Boston, Massachusetts: Harvard Business Review Press, 2016. 181 p. URL: <https://archive.org/details/analyticalmarket0000swee><sup>2</sup>

<sup>1</sup> (уточнення щодо використання <https://archive.org/> для доступу до запропонованої книги користувач має зареєструватися і взяти книгу почитати, скористатися кнопкою LOG IN AND BORROW тоді книга буде доступною в повному обсязі)

<sup>2</sup> (уточнення щодо використання <https://archive.org/> для доступу до запропонованої книги користувач має зареєструватися і взяти книгу почитати, скористатися кнопкою LOG IN AND BORROW тоді книга буде доступною в повному обсязі)

|                         |   |   |
|-------------------------|---|---|
| Житомирська політехніка | МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ<br>ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»<br>Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 | Ф-19.04-<br>05.01/076.00.1/М/<br>ОК1-2023 |
|                         | Екземпляр № 1   | Арк 11 / 11                               |

4. Бабух І. Сутність та зміст маркетингового аналізу: теоретичні підходи та прикладні аспекти. Економіка та суспільство. 2021. Вип. 28. URL: <https://cutt.ly/leQBhUG3>

5. Дейнега О.В. Маркетинговий аналіз як інструмент задоволення інформаційних потреб ринково орієнтованого підприємства. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Вип. 18. С. 201-206. URL: <https://cutt.ly/ZeQBnstB>

6. Спіфанова І.М. Маркетинговий аудит: сутність та механізм реалізації. Маркетинг і цифрові технології. 2020. Том 4. № 4. С. 70-81.

7. Завалій Т.О., Легенчук С.Ф. Google Trends як інструмент діджитал-маркетингу: методичні аспекти. Маркетинг і цифрові технології. 2023. Т. 7. № 1. С. 52-68.

8. Колодій Н. Трейдмаркетинг як інструмент впливу на продажі торгової мережі. 14 May, 2020. URL: <https://cutt.ly/e2R0P4W>

9. Легенчук С.Ф., Завалій Т.О. Big Data в маркетинговій аналітиці: можливості та проблеми використання. Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. 2023. Вип. 1(54). С. 52-58.

10. Маркетинг на ринку продуктів швидкого приготування: монографія / Є.В. Ромат, Т.Л. Міт'яєва, Л.О. Попова та ін.; за наук. ред. д.е.н., проф., акад. НАПН України А.А. Мазаракі. К.: Київ. Нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 208 с.

11. Провост Ф., Фоусетт Т. Data Science для бізнесу. Як збирати, аналізувати і використовувати дані / Пер. з англ. Анастасія Дудченко. К.: Наш формат, 2019. 400 с.

12. Світвуд А. Маркетингова аналітика. Як підкріпити інтуїцію даними. Пер з англ. Олександра Асташова. К.: Наш формат. 152 с.

13. Штефаніч Д., Братко О., Дячун О., Лагоцька Н., Окрепкий Р. Маркетинговий аналіз / За ред. д.е.н., проф. Д.А. Штефаніча. Тернопіль: Економічна думка, 2011. 267 с. URL: <https://cutt.ly/uBcvGiw>

### 13. Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. American Marketing Association. URL: <https://www.ama.org/>

2. Find Better Software Alternatives. URL: <https://alternative.me/>

3. Gehlot A. How Big Data is Changing Retail Marketing Analytics? May 2, 2023. URL: <https://cutt.ly/4eQNjr0t>

4. How Marketing Analytics Helps Businesses Make Data-Driven Decisions and Grow. Dec 28, 2020. URL: <https://cutt.ly/3eQNkUuG>

5. Results DigEco<sup>3</sup>. Zhytomyr Polytechnic State University. URL: <https://dig2eco.ztu.edu.ua/results/>

6. Кейси від Cases. URL: <https://cases.media/cases>

7. Маркетинговий аналіз внутрішніх і зовнішніх факторів. Інструменти і поради. Kyivstar Business Hub. 23 вересня 2022 року. URL: <https://cutt.ly/YeQBvoqc>

<sup>3</sup> Результати проекту #Erasmus+ DigEco Digitalization of economic as an element of sustainable development