



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ОСНОВИ БІЗНЕСУ ТА МАРКЕТИНГУ

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Код та назва спеціальності, галузь знань	G Інженерія, виробництво та будівництво; G5 Електроніка, електронні комунікації, приладобудування та радіотехніка
Тип та назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Електроніка»
Статус навчальної дисципліни	Обов'язкова компонента (ОК-15)
Курс, семестр викладання	2 курс, 2 семестр
Трудомісткість навчальної дисципліни	4 кредитів ЄКТС (120 академічних годин), з них: денна (очна) форма навчання: лекц. – 20 год., практ. зан. – 24 год., самост. роб. – 76 год.; заочна форма навчання: лекц. – 14 год., практ. зан. – 10 год., самост. роб. – 96 год.
Мова викладання	Українська
Кафедра	Менеджменту та маркетингу
Факультет	Бізнесу та соціальних комунікацій

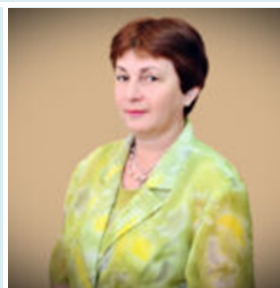
Розробники / викладачі



ГАЛАН Людмила Володимирівна, доцент кафедри менеджменту та маркетингу, кандидат економічних наук, доцент

E-mail: galan.l@ukr.net
Тел.: +380 97 493 06 23

Консультації: щопонеділка з 14⁰⁰ до 16⁰⁰ год., каб. 324 (головний корпус)



БОРИСЕВИЧ Євгенія Георгіївна, старший викладач кафедри менеджменту та маркетингу

E-mail: etigrova@gmail.com
Тел.: +095 757 64 05

Консультації: щосереди з 14⁰⁰ до 16⁰⁰ год., каб. 324 (головний корпус)

Мета дисципліни	- формування у здобувачів системного розуміння сутності підприємницької діяльності, використання функцій менеджменту та маркетингу, опанування базових принципів організації бізнесу, стратегічного й операційного управління, прийняття управлінських рішень, а також набуття практичних навичок планування, організації та оцінювання діяльності підприємства в сучасному ринковому середовищі.
Компетентності, формуванню яких сприяє дисципліна	ЗК-1. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК-5. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК-6. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК-7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК-12. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. СК-4. Здатність враховувати соціальні, екологічні, етичні, економічні та комерційні міркування, що впливають на ефективність та результати інженерної діяльності в галузі електроніки.
Програмні результати навчання	ПРН-2. (P2) Застосовувати знання і розуміння диференційного та інтегрального числення, алгебри, функціонального аналізу дійсних і комплексних змінних, векторів та матриць, векторного числення, диференційних рівняння в звичайних та часткових похідних, ряду Фур'є, статистичного аналізу, теорії інформації, чисельних методів для вирішення теоретичних і прикладних задач електроніки. Знаходити необхідну інформацію в інформаційному просторі, використовуючи знання основ інформатики та сучасних інформаційних технологій, методів пошуку, аналізу та узагальнення даних. ПРН-11. (P11) Аргументувати нормативно-правові засади при впровадженні електронних пристроїв та систем; оцінювати переваги інженерних розробок, їх екологічність та безпечність; захищати власні світоглядні позиції та переконання у виробничій або соціальній діяльності. ПРН-13. (P13) Вміти застосовувати нові знання, прогресивні технології та інновації, знаходити нові нешаблонні рішення і засоби їх здійснення; відповідати вимогам гнучкості в подоланні перешкод та досягненні мети, раціонального використання та нормування часу, дисциплінованості, відповідальності за свої рішення та діяльність.

Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Сутність бізнесу в сучасній економіці та вплив цифрової трансформації	Поняття бізнесу та підприємництва. Цифрова економіка: особливості, тренди, виклики. Вплив технологій (AI, Big Data, IoT, Blockchain) на бізнес-моделі. Нові форми підприємництва: цифрове підприємництво, платформи, екосистеми. Сутність бізнесу в сучасній економіці полягає у створенні цінності, гнучкому реагуванні на потреби споживачів та максимізації прибутку через цифровізацію. Вплив трансформації проявляється в переході до нових моделей (e-commerce, SaaS), підвищенні продуктивності, управлінні даними та необхідності кібербезпеки. Цифрова трансформація — це зміна культури та процесів для виживання на ринку.
Тема 2. Бізнес-середовище та цифрові зміни ринку, бізнес-моделі та цифрові бізнес-платформи	Макро- й мікросередовище бізнесу в умовах цифровізації. Конкурентний аналіз з використанням цифрових інструментів. Електронна комерція, маркетплейси, платформи. Клієнтська поведінка у цифровому середовищі та Customer Journey. Класичні та інноваційні бізнес-моделі (B2B, B2C, C2C, SaaS, PaaS, Freemium). Канва бізнес-моделі (Business Model Canvas) з цифровими елементами. Платформенні бізнеси та цифрові екосистеми (Uber, Airbnb, Amazon). Трансформація традиційних бізнес-моделей під впливом диджиталізації.

Тема 3. Функції менеджменту та маркетингу	<p>Поняття та класифікація функцій менеджменту, загальні та конкретні функції менеджменту. Функція планування: міст планування як функції менеджменту, сутність планування і його місце в менеджменті підприємства, види планування та їх взаємозв'язок, характеристика бізнес-планування в організації, його економічний сенс, основні завдання та розділи бізнес-плану. Функція мотивації: поняття мотивації, потреби, винагороди, закон результату. Змістові теорії мотивації (теорія ієрархії потреб Маслоу, теорія Альдерфера, теорія потреб Мак-Клелланда, двофакторна модель Герцберга), процесуальні теорії мотивації (теорія очікувань Врума, теорія справедливості, комплексна процесійна теорія Портера і Лоулера).</p> <p>Функція контролю: поняття та сутність контролю, види, процес та етапи контролю, система контролю. Контроль та аудит.</p> <p>Функції маркетингу: аналітична функція (дослідження ринку, потреб і поведінки споживачів; аналіз конкурентів, постачальників, посередників) виробнича функція (розроблення послуг відповідно до потреб ринку з урахуванням розвитку технологій надання електронних комунікацій), комунікаційна функція (реклама та стимулювання збуту), інноваційна функція (впровадження нових бізнес-моделей, використання цифрових інструментів і сучасних технологій).</p>
Тема 4. Основи менеджменту та маркетингу в цифрову епоху	<p>Функції менеджменту: планування, організація, мотивація, контроль. Цифровий менеджмент: управління в умовах невизначеності, швидких змін і даних. Лідерство в цифрову епоху: гнучкість, data-driven управління, коучинговий стиль.</p> <p>Digital HR: цифрові інструменти управління персоналом.</p>
Тема 5. Основи стратегічного менеджменту та маркетингу, стратегічне управління та цифрова стратегія бізнесу	<p>Визначення сенсу стратегій в менеджменті та маркетингу. Зміст стратегічного аналізу середовища підприємства. Аналіз можливостей і загроз. Аналіз привабливості галузі і конкуренції в ній. Портфельні інвестиції та управління стратегічною позицією підприємства. Поняття «портфель підприємства» у стратегічному управлінні та мета його розробки. Використання матриць І. Ансоффа, BCG, GE/McKinsey, DPM, A.D. Little, Хассі, А. Томпсона та А. Дж. Стрікланда. SPACE – аналіз. Стратегія розвитку операторів електронних комунікацій. Аналіз середовища з використанням цифрових методів (SWOT, PESTEL, Data Analytics). Розробка стратегії в умовах диджиталізації. Поняття цифрової трансформації підприємства. Agile-стратегія та стратегічні інновації.</p>
Тема 6. Маркетинг у цифрову епоху (Digital Marketing Basics)	<p>Цифрові канали комунікацій: SEO, SMM, контекстна реклама, email-маркетинг. Маркетингові дослідження за допомогою цифрових інструментів. Персоналізація, таргетинг, big data в маркетингу. Побудова бренду в онлайн-середовищі.</p>
Тема 7. Фінанси бізнесу та цифрові фінансові інструменти	<p>Основи фінансового менеджменту та бізнес-планування. Електронні платежі, фінтех-рішення, онлайн-банкінг, криптовалюти. Використання цифрових інструментів для бюджетування й обліку (ERP, CRM). Фінансова аналітика та прогнозування за допомогою цифрових платформ.</p>
Тема 8. Організація бізнес-процесів та цифрова операційна діяльність	<p>Бізнес-процеси: сутність, моделювання, оптимізація. Автоматизація бізнес-процесів: BPM-системи, RPA, ERP. Управління проектами в цифровому середовищі (Agile, Scrum, Kanban). Автоматизація взаємодії з клієнтами (CRM-системи). CRM як ефективна система удосконалення клієнтоорієнтованості при веденні бізнесу. Аналіз клієнтоорієнтованості та оцінка доцільності впровадження CRM-систем в бізнес середовищі.</p>

Тема 9. Етика, сталий розвиток і безпека бізнесу в цифровому середовищі

Етичні аспекти ведення бізнесу в онлайн-просторі. Кібербезпека: загрози, інструменти захисту, ризики цифрових бізнесів. Корпоративна соціальна відповідальність у цифрову епоху. Дані як актив підприємства: GDPR, приватність, інформаційна безпека.

Методи навчання

При вивченні навчальної дисципліни використовуються наступні методи навчання:

Інтерактивні	<ul style="list-style-type: none">▪ Наочно-демонстраційні дидактичні комплекси до тем, що вивчаються в межах дисципліни (відеозаписи практичних та лекційних занять, схеми, таблиці, графіки, діаграми, зображення, фотографії, тощо).▪ Відповіді на запитання і опитування думок здобувачів освіти (дискусії, дебати, полеміки).▪ Аналіз ситуацій та рішень в ході виконання кейс-стаді.▪ Відпрацювання навичок та робота в групах. Це два тісно взаємопов'язані методи, котрі допомагають здобувачам освіти практикувати одночасно і необхідні профільні навички, і вміння працювати в команді. Зазвичай група складається з 2-6 осіб.▪ Ігрове моделювання – це метод використання різних моделей поведінки, ставлення, мислення, який допомагає учасникам краще зрозуміти і відчути на собі причини і наслідки певних подій. Такі ігри мають кілька спрямувань: проблемно-орієнтовані, дослідницькі, ділові, проєктувальні.▪ Застосовуються нові форми роботи з інформацією: складання ментальних карт, відеооглядів, сторітелінг, скрайбінг, портфоліо..
Практичні	<ul style="list-style-type: none">▪ Вправи. Різні практичні завдання, які застосовуються на будь-якому етапі навчального процесу і допомагають задіювати інтелектуальні, комунікативні та пошукові здібності здобувачів освіти. Вони можуть включати відповіді на запитання, розв'язання задач, виправлення помилок, складання порівняльних таблиць, графіків і т.п.▪ Творчі роботи. Мета таких робіт – розвиток творчого мислення, ерудиції, логіки, вміння комбінувати різні знання і техніки. Ці способи навчання охоплюють: проведення власних досліджень, а також написання рецензій, відгуків, статей, творів, створення макетів, ілюстрацій, програм та багато іншого.
Методи дистанційного навчання	<ul style="list-style-type: none">▪ Відеоконференції в форматі лекцій або семінарів. Зв'язок здобувачів освіти з викладачем забезпечують різноманітні сучасні платформи, такі як: Zoom, Moodle, Google Meet та ін.▪ Онлайн дискусії;▪ Індивідуальне і групове консультування (викладач дає додаткові роз'яснення щодо виконання завдань через чати та e-mail-надсилання);▪ Відеозаписи лекцій і практичних занять;▪ Квізи (проведення бліц-опитування із застосуванням Google Форм) тощо.

Стратегія оцінювання результатів навчання

Змістовий контент результатів навчання з дисципліни	<p>Результати навчання з даної дисципліни, які здобувач може продемонструвати та які можна ідентифікувати, оцінити і виміряти, розглядаються у вимірах 7 рівня Національної рамки кваліфікацій, що відповідає другому циклу вищої освіти Рамки кваліфікацій Європейського простору вищої освіти, а саме:</p> <p>Знання – сутність бізнесу, його види, форми та функції; закономірності розвитку підприємництва в цифрову епоху; сучасні бізнес-моделі, включно з цифровими (SaaS, платформи, маркетплейси); функції менеджменту (планування, організація, мотивація, контроль); особливості менеджменту в умовах цифрової трансформації; цифрові інструменти управління бізнес-процесами (ERP, CRM, RPA); підходи до оптимізації бізнес-процесів; основи проєктного менеджменту (Agile, Scrum, Kanban); підходи до стратегічного управління та диджитал-стратегії.</p> <p>Уміння/навички – аналізувати бізнес-середовище із застосуванням цифрових інструментів; оцінювати конкурентоспроможність та бізнес-моделі; використовувати дані для прийняття управлінських рішень (data-driven skills); моделювати бізнес-моделі (Business Model Canvas); застосовувати інструменти автоматизації (CRM, ERP); планувати та організовувати невеликі підприємницькі проєкти; планувати та організовувати базові бізнес-процеси.</p> <p>Комунікація – використовувати цифрові канали просування бізнесу; формувати ефективні цифрові комунікації з клієнтами; працювати з онлайн-аналітикою (Google Analytics, CRM-дані).</p> <p>Відповідальність та автономія – здатність самостійно обирати інструменти для аналізу й управління бізнесом; приймати обґрунтовані управлінські рішення на основі даних; ефективно працювати в команді, у тому числі в цифрових середовищах (онлайн-колаборація); виконувати роль учасника або координатора в невеликих проєктах.</p>
Критерії оцінювання	<p>Академічні успіхи здобувачів освіти в межах даної дисципліни оцінюються за бально-рейтинговою шкалою (максимальна кількість – 100 балів), що прийнята в ДУІТЗ, з обов’язковим переведенням кількості балів в оцінки за національною шкалою та за шкалою ECTS.</p> <p>Відмінно (А) – від 90 до 100 балів – здобувач у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов’язкову та додаткову літературу. Правильно вирішив усі або не менше 90% завдань, передбачених програмою навчальної дисципліни.</p> <p>Дуже добре (В) – від 82 до 89 балів – здобувач досить повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов’язкову літературу. Однак під час викладання деяких питань допускаються при цьому окремі несуттєві неточності. Правильно вирішив 80-89% письмових завдань.</p> <p>Добре (С) – від 74 до 81 балів – здобувач достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов’язкову літературу. Однак під час викладання деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно вирішив 74-81% письмових завдань.</p> <p>Задовільно (D) – від 64 до 73 балів – здобувач в цілому володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст під час усних та письмових відповідей, але з не зовсім глибоким та всебічним аналізом, обґрунтуванням та аргументацією, з</p>

	<p>недостатнім використанням необхідної літератури, допускаючи при цьому окремі неточності та помилки. Правильно вирішив 64-73% письмових завдань.</p> <p>Задовільно (E) – від 60 до 63 балів – здобувач в цілому володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст під час усних та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки. Правильно вирішив 60-63% письмових завдань.</p> <p>Незадовільно з можливістю повторного складання (FX) – від 35 до 59 балів – здобувач не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, стисло без аргументації та обґрунтування викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, поверхово розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності. Правильно вирішив 35-59% письмових завдань.</p> <p>Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни (F) – від 0 до 34 балів – Здобувач частково володіє навчальним матеріалом, не у змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів та письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки. Правильно вирішив 1-34% письмових завдань.</p>
Форма та методи контролю начальних досягнень	<p>Контроль успішності навчання здобувачів освіти здійснюється на засадах відкритості та академічної доброчесності. В межах даної дисципліни передбачено два види контролю: поточний (<i>тематичний, рубіжний</i>) та підсумковий (<i>семестровий</i>).</p> <p>Поточний контроль здійснюється протягом семестру під час проведення практичних занять; виконання завдань самостійної роботи; складання тематичних контрольних робіт, тестів, тощо. Поточний контроль спрямований на перевірку: рівня підготовленості здобувача до занять; активності під час обговорення навчального матеріалу; якості виконання індивідуальних, практичних, і текстових завдань; своєчасності та повноти виконання самостійної роботи. Результат поточного оцінювання є середньоарифметичним значенням отриманих балів за всі виконання самостійної роботи під час аудиторних (практичні, семінарські) занять та завдання, що виконуються під час самостійної роботи.</p> <p>До підсумкового контролю допускаються здобувачі, які за результатами поточного оцінювання набрали не менше 60 балів.</p> <p>Підсумковий контроль проводиться у формі екзамену, який передбачає перевірку рівня теоретичних знань, практичних умінь і навичок, а також здатності їх застосовувати у професійній діяльності.</p>

Політика навчальної дисципліни





Відвідування	Здобувачі вищої освіти самостійно планують відвідування лекційних занять, що проводяться в межах дисципліни згідно академічного розкладу. Присутність на практичних заняттях та контрольних заходах (екзамен) є обов'язковою. Важливим є своєчасне виконання індивідуальних завдань в межах самостійної роботи, передбачених програмою дисципліни.
Дотримання принципів академічної доброчесності	Підготовка усіх завдань, письмових робіт і т. ін., що виконуються в межах дисципліни, здійснюється здобувачем вищої освіти самостійно, на засадах академічної доброчесності. Викладач має право для перевірки робіт застосовувати різні програмні засоби.
Умови зарахування	Відпрацювання академічної заборгованості з дисципліни можливо до початку екзаменаційної сесії. Процедура

пропущених занять	узгоджується з викладачем, згідно його розкладу консультацій.
Інші умови	Навчально-методичні матеріали дисципліни розміщені на платформі Moodle

Рекомендовані джерела інформації

Базові підручники та навчальні посібники	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Котлер Ф. Маркетинг: від А до Я. «Альпіна Паблішер Україна», 2021. 252 с. ▪ Котлер Ф. Армстронг Г. Основи маркетингу [5-е вид., перероб. і доп.]. Київ : «Диалектика», 2020. 880 с. ▪ Менеджмент : навч. посіб. / Шкільняк М. М., Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Крисько Ж. Л., Демків І. О. Тернопіль : КРОК, 2017. 252 с. ▪ Мошек Г. Є., Миколайчук І. П., Палеха Ю. І. Основи менеджменту. Теорія і практика : навч. посіб. Київ : Ліра-К, 2018. 528 с. ▪ Старостіна А. О., Кравченко В. А., Пригара О. Ю., Ярош-Дмитренко Л. О. Маркетинг : навч. посіб. Київ : НВП «Інтерсервіс, 2018. 216 с. ▪ Інформаційні та комунікаційні технології в менеджменті та маркетингу: навч. посіб. / Л.В. Галан, Є.Г. Борисевич. Одеса: ФОП Бондаренко М.О., 2024. 112 с. URL: https://metod.suitt.edu.ua/download/816
Методичні рекомендації та розробки викладачів дисципліни	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Галан Л.В., Борисевич Є.Г. Управління клієнтським досвідом як інноваційна стратегія розвитку клієнтоорієнтованості операторів електронних комунікацій. <i>Успіхи і досягнення у науці</i>. 2024. № 1. С. 226-240. DOI: https://doi.org/10.52058/3041-1254-2024-1(1). ▪ Галан Л.В., Борисевич Є.Г. Підвищення клієнтоорієнтованості локальних провайдерів телекомунікацій на основі застосування CRM-систем. <i>Наука і техніка сьогодні. Серія «Економіка»</i>. 2023. № 2(16). С. 57-70. DOI: https://doi.org/10.52058/2786-6025-2023-2(16). ▪ Галан Л.В., Борисевич Є.Г. Оцінка ефективності інвестицій щодо впровадження і застосування CRM-систем у діяльності локальних провайдерів телекомунікацій. <i>Актуальні питання у сучасній науці. Серія «Економіка»</i>. 2023. № 3(9). С. 26-39. DOI: https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-3(9). ▪ Галан Л.В., Москалюк Г.О., Кононова О.Є. Система управління інноваційною діяльністю підприємств сфери інформаційних технологій. <i>Інтернаука. Серія «Економічні науки»</i>. 2022. № 2(58). С. 62-72. URL: https://www.inter-nauka.com/issues/economic2022/2/7900 ▪ Features of using Amazon Web Services as digital tools. Exploring the digital landscape: interdisciplinary perspectives: monograph. / L. Halan, E. Borysevych. Katowice: Academy of Silesia; The University of Technology in Katowice Press, 2024. P. 499-517. URL: https://surl.lt/lvldbk. DOI: 10.54264/M036 ▪ Ключ Ю.І., Проданчук М.А., Гололобова О.О., Галан Л.В., Варгатюк М. О. Оцінювання й контроль релевантності даних в інформаційних системах управління транспортною галуззю. <i>Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu</i>. 2023. № 3. С. 137-143. URL: https://surl.li/gpnmyn. DOI: https://doi.org/10.33271/nvngu/2023-3/137. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Інформаційно-комунікаційні технології в менеджменті та маркетингу: методичні вказівки до практичних робіт [для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти для всіх спеціальностей] / Л.В. Галан, Є.Г. Борисевич. Одеса: ДУІТЗ (Електр. вид.), 2025. 34 с. URL: https://metod.suitt.edu.ua/download/1041
Інформаційні ресурси	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Міністерство цифрової трансформації України: офіційний веб-сайт. URL: https://thedigital.gov.ua/

- Офіс реформ Кабінету Міністрів України: офіційний веб-сайт. URL: <https://rdo.in.ua/>
- Amazon Web Services: веб-сайт. URL: <https://aws.amazon.com/>

Рік введення силябусу – 2025 р.	Затверджено рішенням кафедри менеджменту та маркетингу (Протокол від 27 червня 2025 р. №11)	
	В.о. завідувача кафедри 	Людмила ГАЛАН
	Гарант освітньої програми 	Валентина СОЛОДКА
	Викладачі:  	Людмила ГАЛАН Євгенія БОРИСЕВИЧ