

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО

Факультет економіки та бізнесу

Кафедра маркетингу

ПОГОДЖЕНО

Гарант ОПП

д.е.н.проф.

« 18 » травня 2021 р.

Дар'я ЛЕГЕЗА

ЗАТВЕРДЖЕНО

Зав. кафедри маркетингу

д.е.н.проф.

« 18 » травня 2021 р.

Дар'я ЛЕГЕЗА

ПРОГРАМА НАВЧАННЯ ЗДОБУВАЧІВ ВО - СИЛАБУС

з дисципліни

«ЦИФРОВІ БІЗНЕС-МОДЕЛІ» (обов'язкова)

(найменування та статус компоненти: обов'язкова або за вибором студента)

для спеціальності 075 «Маркетинг»

(шифр, найменування спеціальності, освітньої програми)

форма навчання

денна

(денна, заочна)

Кількість кредитів

4 кредити

Курс

М1

Семестр

2-й

Змістових модулів (підсумкових модульних контролів) – 2

СРС

80 годин

Форма контролю

екзамен

(екзамен або диференційований залік)

Загальна кількість годин

120 годин

2021-2022 н.р.

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.

«Цифрові бізнес моделі». Силабус для здобувачів ступеня вищої освіти «Магістр» факультету економіки та бізнесу, спеціальності 075 «Маркетинг» - Мелітополь: ТДАТУ імені Дмитра Моторного, 2021. – 7с.

Силабус складений на підставі «Положення про програму навчання здобувачів вищої освіти – силабус» Мелітополь: ТДАТУ, 2019. – 16с.

Розробник(и): Куліш Т.В., к.е.н., доцент кафедри маркетингу

Рецензент: КУЧЕРКОВА С.О., к.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування

Силабус затверджений на засіданні кафедри «Маркетинг»

Протокол № 10 від «18» травня 2021 року

Завідувач кафедри «Маркетинг»

д.е.н, професор  Дар'я ЛЕГЕЗА

Схвалено методичною комісією факультету економіки та бізнесу зі спеціальності

075 «Маркетинг» ступеня вищої освіти «Магістр»

Протокол № 11 від «24» травня 2021 року

Голова, доц.  Анна КОСТЯКОВА

Куліш Т.В., ТДАТУ, 2021 рік

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.

1. Анотація курсу та Веб-сайт його розміщення

Курс «Цифрові бізнес моделі» є обов'язковим компонентом освітньої програми «Маркетинг», і дисципліною, що розкриває взаємозв'язки між стратегією, операційною моделлю, бізнес-процесами та бізнес-моделями та визначає як ІТ може бути інструментом змін для бізнесів та організацій.

Веб-сайт курсу <http://op.tsatu.edu.ua/course/view.php?id=449> (доступ через особистий логін і пароль для освітнього порталу ТДАТУ)

2. Мета викладання дисципліни

Метою дисципліни є формування у студентів спеціальності «Економіка» специфічних навичок та вмінь з побудови, вибору, імплементації цифрових бізнес-моделей, що необхідні для розвитку індустрії 4.0.

3. Завдання вивчення дисципліни

- визначати та аналізувати існуючі цифрові бізнес-моделі;
- зрозуміти методи, способи, інструментарій розробки власних бізнес-кейсів, заснованих на існуючих цифрових бізнес-моделях;
- зрозуміти сучасні концепції визначення цільової авиторії, покупців, поведінки споживачів
- зрозуміти методи ідентифікації тач-поінтів клієнтів з ІТ-системами і бізнес-процесами;
- аналізувати внутрішні бізнес-процеси підприємств у напрямку тач-поінтів.

4. Результати навчання – компетентності (з урахуванням soft skills)

Програмні результати, досягнення яких забезпечує навчальна дисципліна:

знання	основ цифрових бізнес моделей та як ідентифікувати та визначити можливості цифрової трансформації; основ побудови або посилення таких цифрових компонентів бізнес-моделей, як: створення та розвиток клієнтського досвіду, підвищення якості досвіду працівників, оптимізація ІТ та ІТ-операцій, розробка внутрішніх або зовнішніх ІТ-продуктів.
уміння	<p>Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта (РН2)</p> <p>Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності (РН3).</p> <p>Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними (РН6).</p> <p>Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта (РН7).</p> <p>Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень (РН9).</p> <p>Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів (РН10).</p> <p>Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм (РН12).</p> <p>Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання (РН13).</p> <p>Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку (РН14).</p> <p>Володіти сучасними інноваційними технологіями в сфері маркетингу із застосуванням програмного забезпечення та застосувати сучасні підходи цифрового аналізу маркетингової діяльності (РН 18).</p> <p>Використовувати на практиці сучасні види маркетингу (цифровий маркетинг, нейромаркетинг, соціальний маркетинг, когнітивний маркетинг, тощо) (РН 19).</p>
комунікація	ефективна взаємодія в команді; здійснювати ефективні комунікації між підприємством і суб'єктами зовнішнього середовища, а саме: споживачами,

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.

soft skills партнерами, конкурентами, представниками владних структур здійснювати комунікації за всіма рівнями і функціональними зонами управління у внутрішньому середовищі підприємства

здатність визначати та аналізувати сучасні цифрові бізнес-моделі; пропонувати власне економічне обґрунтування на основі існуючих цифрових бізнес-моделей; визначати клієнтів за допомогою концепції персони; аналізувати поведінку клієнта за допомогою карт подорожей клієнтів; визначати точки дотику клієнта за допомогою ІТ-систем та бізнес-процесів; моделювати (внутрішні) бізнес-процеси щодо точок дотику.

Після успішного проходження курсу здобувач вищої освіти володітиме наступними компетенціями:

ІК: Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог

ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу

ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість

ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.

СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.

СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.

СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.

СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.

СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.

СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.

СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.

СК 11. Здатність використовувати технології, концепції та архітектуру цифрового управління та визначати їх роль у підтримці цифрової трансформації.

СК 12. Здатність обирати і застосовувати теорію та практику аналізу великих даних, їх вплив на бізнес та системи бізнес-аналітики.

СК13. Здатність використовувати ключові принципи цифрового маркетингу та комунікації із зацікавленими сторонами,

СК14. Здатність планувати, впроваджувати та вимірювати цифрові стратегії підприємства.

СК 16 Здатність використовувати ключові напрями, моделі та стратегії цифрових інновацій.

СК 17. Здатність обґрунтовувати концепції, можливості та проблеми, що пов'язані з розробкою, плануванням та реалізацією інтегрованої цифрової стратегії.

5. Пререквізити

Дисципліни, що передують вивченню даної дисципліни

Цифрова грамотність
Дизайнерське мислення

6. Постреквізити

Дисципліни, які спираються на вивчення даної дисципліни

Виконання кваліфікаційної роботи

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.

7. Інформація про викладача

Викладач (-і)

Куліш Тетяна Володимирівна, доц., к.е.н., доцент кафедри маркетингу;
<http://feb.tsatu.edu.ua/teacher/kulish-tetyana-vołodimirivna/>

Е-mail викладача

tetiana.kulich@tsatu.edu.ua

8. Структура курсу

Номер тижня	Вид занять	Тема заняття та завдання на самостійну роботу	Кількість				балів
			годин				
			лк	лаб	пр	СРС	
Змістовий модуль 1 «Цифрові бізнес-моделі та інноваційне управління: концептуальні положення»							
1	Лекція 1	Бізнес-моделі: розуміння, трансформації, використання	2				
	Практична робота 1	Бізнес-моделі: розуміння, трансформації, використання.			2		3
	Самостійна робота	Робота на навчально-інформаційному порталі				10	2
2,3	Лекція 2	Цифрова трансформація та дифузія інновацій: цифрові бізнес-моделі та фокусування на клієнтах	4				
	Практична робота 2	Цифрова трансформація та дифузія інновацій: цифрові бізнес-моделі та фокусування на клієнтах			4		4
	Самостійна робота	Робота на навчально-інформаційному порталі				10	2
4,5	Лекція 3	Інноваційне управління: DOI	2				
	Практична робота 3	Інноваційне управління: DOI			2		4
	Самостійна робота	Робота на навчально-інформаційному порталі				10	2
6,7	Лекція 4	Бізнес-стратегії в цифровій економіці	2				
	Практична робота 4	Бізнес-стратегії в цифровій економіці			2		4
	Самостійна робота	Робота на навчально-інформаційному порталі				3	4
8,9	Самостійна робота	ПМК I				10	
	ПМК I	Підсумковий контроль за змістовий модуль I					10
Всього за змістовий модуль 1 – 45год.			10		10	40	35
Змістовий модуль 2 «Стратегічне й операційне управління та цифрові бізнес-моделі: прикладний аспект»							
10,11	Лекція 5	Проектування бізнес-моделей: ресурсо-відкрита, безкоштовна, базована на підписці, фріміум, “на запит”, шерінгова, рекламо-підтримуюча, е-коммерс, з прихованими вигодами, монетизації	4				

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.

		даих користувачів					
	Практична робота 5	Проектування бізнес-моделей: ресурсо-відкрита, безкоштовна, базована на підписці, фріміум, “на запит”, шерінгова, рекламо-підтримуюча, е-коммерс, з прихованими вигодами, монетизації даних користувачів			4		4
	Самостійна робота	Робота на навчально-інформаційному порталі				10	4
12,13	Лекція 6	Імплементатії бізнес-моделей як частина бізнес-операцій: канва клієнта	2				
	Практична робота 6	Імплементатії бізнес-моделей як частина бізнес-операцій: канва клієнта			2		4
	Самостійна робота	Робота на навчально-інформаційному порталі				10	2
14,15	Лекція 7	Базовий рівень моделювання: мапа подорожі клієнта	2				
	Практична робота 7	Базовий рівень моделювання: мапа подорожі клієнта			2		4
	Самостійна робота	Робота на навчально-інформаційному порталі				10	2
16	Лекція 8	Моделювання бізнес-процесів: BPMN	2				
	Практична робота 8	Моделювання бізнес-процесів: BPMN			2		3
	Самостійна робота	Робота на навчально-інформаційному порталі				3	2
17,18	Самостійна робота	Підготовка до написання ПМК II				10	
	ПМК II	Підсумковий контроль за змістовий модуль II					10
Всього за змістовий модуль 2 – 45 год.			10		10	40	35
Екзамен							30
Всього з навчальної дисципліни – 90 год.							100

9. Методи та форми навчання

Форми навчання: за рівнем взаємодії здобувача вищої освіти з викладачем: індивідуальне, групове, колективне; за місцем проведення занять: аудиторне, поза аудиторне

Методи навчання: за організацією пізнавальної діяльності: словесні (лекції, дискусії), наочні (презентації), практичні (вправи, виконання завдань по заповненню звітності під час занять, навчальна та виробнича практика); за видами занять: лекції (лекція-візуалізація, лекція – бесіда); практичні заняття (індивідуальні та групові вправи, тематична дискусія, робота в малих групах); за мотивацією навчально-пізнавальної діяльності (ситуація звернення до життєвого досвіду студентів, заохочення); за контролем ефективності навчально-пізнавальної діяльності (самоконтроль через виконання тестів на навчально-інформаційному порталі, індивідуальне опитування, фронтальне опитування, ПМК, екзамен);

за формою стимулювання пошукової та дослідницької діяльності (тематичні дискусії, завдання щодо використання мережі Інтернет, публічні промови і презентації, групові та/або індивідуальні проекти, моделі різних форматів професійних ситуацій).

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.

10. Політика курсу

- ✓ Відвідування занять є важливою складовою навчання. За пропуски занять без поважної причини здобувач вищої освіти буде неатестований з даної дисципліни. Усі пропущені заняття мають бути відпрацьовані.
- ✓ Дозволяється вільне відвідування лекцій здобувачам за індивідуальним графіком навчання.
- ✓ Якщо здобувач вищої освіти відсутній з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.
- ✓ Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.
- ✓ Під час виконання письмових тестових завдань не допустимо порушення академічної доброчесності.
- ✓ Презентації та виступи мають бути авторськими (оригінальними).

✓ Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися до учасників навчального процесу, дотримуватися дисципліни, дбайливо ставитись до обладнання та книжкового фонду ТДАТУ, виконувати графік навчального процесу.

11. Форма контролю знань

Щотижнево – бали за роботу на практичних заняттях; в межах кожної теми – бали за самостійну роботу; по завершенню змістового модуля – бали за ПМК; по завершенню семестру – підсумкові бали, у вигляді екзамену. Результати поточного та підсумково-модульного контролю формують узагальнену оцінку в балах за накопичувальним принципом

12. Шкала оцінювання

Оцінювання знань здобувачів вищої освіти здійснюється відповідно до «Положення про оцінювання знань студентів ТДАТУ» за 100-бальною шкалою.

Критерії оцінювання

Практичні заняття	Частка вірно виконаних завдань
Самостійна робота (СРС)	Студент опрацьовує питання, що призначені для самостійного вивчення і для контролю проходить тестування на НІП ТДАТУ (дві спроби – середній результат)
Підсумково-модульний контроль (ПМК I, II)	Відбувається у вигляді тестових завдань та письмових робіт в кінці вивчення змістових модулів Під час модульного контролю оцінюються такі компоненти: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Повнота розкриття питання (вірні відповіді) ✓ Якість інформації ✓ Самостійність
Екзамен	Підсумковою формою контролю є екзамен, який проводиться виключно у письмовій формі. Максимальна кількість балів – 30. Структура білету включає 3 завдання. Правильна відповідь за теоретичне питання 10 балів, за категоріальний апарат – 5 балів, практична частина (вирішення задачі, практичної ситуації) – 15 балів.

10. Рекомендована література

1. B. Orand, Foundations of IT Service Management: The ITIL Foundations Course in a Book, 3rd ed. CreateSpace Independent Publishing Platform, 2011.
2. M. Dumas, M. L. Rosa, J. Mendling, in H. A. Reijers, Fundamentals of Business Process Management. Springer Berlin Heidelberg, 2018.
3. E. M. Rogers, Diffusion of Innovations, 5th Edition. Free Press, 2003.
4. B. Silver, Bpmn Method and Style, 2nd Edition, with Bpmn Implementer's Guide: A Structured Approach for Business Process Modeling and Implementation Using Bpmn 2, 9/17/11 edition. Aptos, Calif: Cody. Cassidy Press, 2011.

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.

5. R. Shapiro idr., BPMN 2.0 Handbook Second Edition: Methods, Concepts, Case Studies and Standards in Business Process Modeling Notation. Future Strategies, Incorporated, 2011.
6. G. Polancic, M. Hericko, in R. Vajde Horvat, „Open source software usage implications in the context of software development“, Informatica, let. 29, str. 483–490, 2005.
7. G. Polancic, M. Hericko, in I. Rozman, „An empirical examination of application frameworks success based on technology acceptance model“, Journal of Systems and Software, let. In Press, Corrected. Proof, doi: 10.1016/j.jss.2009.10.036.
8. G. Polancic in B. Orban, „An extension of BPMN 2.0 conversation diagrams for modeling organization communication“, v Applications of ICT in Social Sciences, B. Mileva Boshkoska, Ur. Peter Lang D, 2015, str. 113–128.
9. M. Kocbek, G. Jost, M. Hericko, in G. Polancic, „Business process model and notation: The current state of affairs“, Computer Science and Information Systems, let. 12, št. 2, str. 509–539, 2015, doi: 10.2298/CSIS140610006K.
10. M. Chinosi in A. Trombetta, „BPMN: An introduction to the standard“, Computer Standards & Interfaces, let. 34, št. 1, str. 124–134, 2012, doi: 10.1016/j.csi.2011.06.002.

11. Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. <https://bmilab.com/blog/2020/01/23/business-models-definition-and-reason>
2. <https://lvivivity.com/what-is-industry-4-0>
3. <https://itpeernetwork.intel.com/intels-digital-transformation/#gs.hhi8s5>
4. <https://itpeernetwork.intel.com/intels-digital-transformation>
5. <https://fourweekmba.com/digital-business-models/>
6. <https://bmttoolbox.net/patterns/customer-data-monetization/>
7. <https://www.interaction-design.org/literature/article/personas-why-and-how-you-should-use-them>
8. <https://www.businessmodelsinc.com/about-bmi/tools/persona-canvas/>
9. <https://documentation.signavio.com/suite/en-us/Content/process-manager/userguide/customer-journey-maps>
10. <https://www.garyfox.co/digital-business-model/>
11. <https://alejandrocremades.com/what-is-a-business-model/>

13. Пакет дисципліни

Освітній портал ТДАТУ <http://op.tsatu.edu.ua/course/view.php?id=469>

Наукова бібліотека ТДАТУ <http://www.tsatu.edu.ua/biblioteka/>

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 проєкт 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.