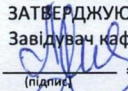


ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ

**НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ДЕННОЇ ОСВІТИ
Кафедра менеджменту**

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри


Л.М. Шимановська-Діанич

(підпис)

(ініціали, прізвище)

«29» 08 2023р.

РОБОЧА ПРОГРАМА

навчальної дисципліни «Діджитал-менеджмент та адміністрування
торговельних мереж»

Освітня програма/спеціалізація	«Менеджмент і адміністрування»
Спеціальність	073 Менеджмент
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Ступінь вищої освіти	магістр

Робоча програма навчальної дисципліни «Діджитал-менеджмент та адміністрування торговельних мереж» схвалена та рекомендована до використання в освітньому процесі на засіданні кафедри менеджменту
Протокол від «29» серпня 2023 року № 13

Полтава 2023

Укладачі програми:

Тягунова Злата Олександрівна, к.е.н, доцент, доцент кафедри менеджменту
Полтавського університету економіки і торгівлі

ПОГОДЖЕНО:

Гарант освітньої програми «Менеджмент і
адміністрування» спеціальності
073 «Менеджмент» ступеня магістр


(підпис)

Л.М. Шимановська-Діанич

(ініціали, прізвище)

«29» серпня 2023 року

ЗМІСТ

Розділ 1. Опис навчальної дисципліни	4
Розділ 2. Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання	5
Розділ 3. Програма навчальної дисципліни	6
Розділ 4. Тематичний план навчальної дисципліни	7
Розділ 5. Оцінювання результатів навчання	9
Розділ 6. Інформаційні джерела	10
Розділ 7. Програмне забезпечення навчальної дисципліни	12

Розділ 1. Опис навчальної дисципліни «Діджитал-менеджмент та адміністрування торговельних мереж»

Таблиця 1.1 – Опис навчальної дисципліни «Діджитал-менеджмент та адміністрування торговельних мереж»

Місце у структурно-логічній схемі підготовки	<i>Пререквізити:</i> «Менеджмент організацій», «Фінансовий та інвестиційний менеджмент», «Управління розвитком організації». <i>Постреквізити:</i> «Менеджмент організацій он-лайн бізнесу», «Технології управління якістю в сучасній організації».	
Мова викладання	українська	
Статус дисципліни – дисципліна загальноуніверситетського вибору		
Курс/семестр вивчення	1 курс, 9 семестр	
Кількість кредитів ЄКТС/ кількість модулів	3 кредити ЄКТС/ 90 годин (лекції 16 год., практичні заняття 20 год., самостійна робота 54 год.)	
Денна форма навчання:		
Кількість годин: – загальна кількість: 8 семестр - 90 год.		
- лекції: 16 год.		
- практичні заняття: 20 год		
- самостійна робота: 54 год		
- вид підсумкового контролю: екзамен		

Розділ 2. Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Мета вивчення навчальної дисципліни – поглибити теоретичні знання та розширити практичні навички по роботі із діджитал інструментами, що застосовуються сучасними менеджерами при управлінні командами, бізнес-процесами та компанією загалом для інтеграції бізнесу у цифрову економіку. Формування у майбутнього фахівця теоретичних основ та практичних навичок з управління діяльністю у сфері торгівлі: управління взаємовідносинами з клієнтами, консолідація галузі та відносини з постачальниками, а також з фінансів, операцій, інформаційних технологій та нерухомості, оскільки вони стосуються роздрібною торгівлі.

Завдання дисципліни: поглибити теоретичні знання із цифрової економіки та діджитал трансформації бізнесу, розвинути навички із застосування діджитал інструментів для управління компаніями різних галузей економіки; опанувати теоретичні основи управління підприємствами сфери послуг; розкрити питання практичного управління в торгівельному бізнесі; з'ясувати сутність та принципи здійснення оптової торгівлі, принципи формування асортименту товарів, а також сутність та види роздрібною торгівлі; розглянути основні показники, що характеризують результативність торговельної діяльності.

У результаті вивчення дисципліни студенти повинні:

знати:

сутність, цілі, завдання та види торгівлі як галузевої економічної системи;
сутність управління діяльністю підприємств торгівлі;
теоретичні основи стратегічного управління;

сутність поняття «оптова торгівля» та принципи формування асортименту товарів;

сутність роздрібного товарообороту, визначення поняття «стимулювання» та роль стимулювання продажів у механізмі просування товарів.

існуючі методології, технології та засоби моделювання, аналізу, оптимізації й прогнозування інформаційних процесів в суспільстві та принципів їх обґрунтованого використання.

вміти:

використовувати різноманітні принципи формування асортименту товарів;

проводити аналіз концентрації ринку товарів та послуг;

визначати еталонні стратегії та обирати найбільш ефективну стратегію подальшого розвитку торгового підприємства;

застосовувати на практиці різні засоби стимулювання збуту та оцінювати їх вплив на результати торговельної діяльності;

проводити комплексну оцінку ефективності діяльності суб'єктів торгівлі.

обирати та застосовувати відповідні типові аналітичні, розрахункові та експериментальні методи при розв'язанні професійних задач, оброблювати та систематизувати інформацію, інтерпретувати результати.

Таблиця 2 – Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна «Діджитал-менеджмент та адміністрування торговельних мереж», програмні результати навчання

Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач	Програмні результати навчання
<p>ЗК01. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК03. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК04. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети.</p> <p>ЗК07. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>СК01. Здатність обирати та використовувати концепції, методи та інструментарій менеджменту, в тому числі у відповідності до визначених цілей та міжнародних стандартів.</p> <p>СК03. Здатність до саморозвитку, навчання впродовж життя та ефективного самоменеджменту.</p> <p>СК04. Здатність до ефективного використання та розвитку ресурсів організації.</p> <p>СК07. Здатність розробляти проекти, управляти ними, виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>СК09. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, приймати ефективні управлінські рішення та забезпечувати їх реалізацію.</p>	<p>ПРН02. Ідентифікувати проблеми в організації та обґрунтовувати методи їх вирішення.</p> <p>ПРН03. Проектувати ефективні системи управління організаціями.</p> <p>ПРН08. Застосовувати спеціалізоване програмне забезпечення та інформаційні системи для вирішення задач управління організацією.</p> <p>ПРН10. Демонструвати лідерські навички та вміння працювати у команді, взаємодіяти з людьми, впливати на їх поведінку для вирішення професійних задач.</p> <p>ПРН12. Вміти делегувати повноваження та керівництво організацією (підрозділом).</p> <p>ПРН13. Вміти планувати і здійснювати інформаційне, методичне, матеріальне, фінансове та кадрове забезпечення організації (підрозділу).</p>

РОЗДІЛ 3. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Діджитал-менеджмент та адміністрування торговельних мереж», програмні результати навчання

МОДУЛЬ 1. ДІДЖИТАЛ МЕНЕДЖМЕНТ

ТЕМА 1. СУТНІСТЬ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ДІДЖИТАЛ ТРАНСФОРМАЦІЇ БІЗНЕСУ

Основні підходи до визначення сутності цифрової економіки; основні світові цифрові тренди та чинники розвитку цифрової економіки; характерні ознаки цифрової економіки; основні принципи цифровізації економіки України.

Стратегічні пріоритети для країн на стадії зародження цифрової економіки, переходу до неї або перетворення; міжнародні принципи щодо доступу до офіційної інформації; передумови прийняття концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України; мету, задачі Концепції реалізації ініціативи Цифрового порядку денного України 2020”; головні цілі, задачі та принципи цифрового розвитку України.

Поняття діджиталізації. Об’єктивні передумови діджиталізації. Поняття індустрії 4.0. Технологічні уклади, передумови їх змін. Сутність діджиталізації. Глобальні тренди світової інформатизації і діджиталізації. Переваги та недоліки діджиталізації.

Поняття цифрової трансформації. Дорожня карта цифрової трансформації. Оцінка цифрової зрілості підприємства. Структурно-логічна схема діджитал трансформації діяльності підприємства.

ТЕМА 2. ДІДЖИТАЛ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ПІДПРИЄМСТВА (ОРГАНІЗАЦІЇ)

Комплекс моделей підприємства, що відтворюють основні інформаційні потоки. Модель організаційної структури та модель структури даних.

Економічна інформація як об’єкт діджиталізації. Засоби формалізованого опису економічної інформації. Моделювання елементів економічної інформації. Основні види інформації, класифікація та джерела отримання. Проблеми, що вирішуються в процесі діджиталізації підприємства. Характеристика основних стандартів систем автоматизації економічних розрахунків: MRPII і ERP системи. Основні бізнес моделі, які використовуються під час онлайн діяльності.

Класифікація програмного забезпечення, яке використовується для побудови економічних і фінансових моделей. Характеристика окремих видів програмного забезпечення, оцінка можливостей використання у фінансово-економічних розрахунках. Технологія побудови моделей.

ТЕМА 3. ДІДЖИТАЛ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ДЛЯ УПРАВЛІННЯ КОМПАНІЯМИ РІЗНИХ ГАЛУЗЕЙ ЕКОНОМІКИ

Поняття діджитал-інструментів та їх класифікація. Поняття діджитал інструментів розвитку бізнесу. Діджитал інструменти і технології в системі управління бізнесом. Еволюція розвитку діджитал-технологій. Класифікація діджитал-технологій та їх характеристика. Прийняття рішення та удосконалення процесів через застосування діджитал технологій і діджитал інструментів.

МОДУЛЬ 2. АДМІНІСТРУВАННЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ

ТЕМА 4. ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ ТОРГОВЕЛЬНИМИ МЕРЕЖАМИ. ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

Характеристики торгового менеджменту. Концепція управління торговим підприємством. Основні завдання управління торговим підприємством у складі торговельної мережі. Класифікація функцій управління в торгівлі.

Електронна комерція як форма ведення бізнесу. Складові електронної комерції. Моделі електронної комерції. Системи електронної комерції. Форми електронної комерції.

ТЕМА 5. ТЕХНОЛОГІЇ ПРОСУВАННЯ ТА ЦИФРОВІ КОМУНІКАЦІЇ У ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Організація обслуговування покупців у віртуальних магазинах. Безпека та захист інформації в електронній комерції. Шифрування та електронно-цифровий підпис. Електронні платіжні системи. Інтернет реклама та її види. Сайтопромоутінг. Пошукова оптимізація. SEO оптимізація. Спонсорські програми та показники ефективності Інтернет-реклами. Методи аналізу ефективності Інтернет-реклами.

ТЕМА 6. УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ У ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖАХ. ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧІВ ТА УПРАВЛІННЯ КЛІЄНТСЬКИМ ДОСВІДОМ

Маркетинг у торговельних мережах. Завдання маркетингу у торговельних мережах. Сегментація ринку. Управління рекламною діяльністю підприємств торгівлі.

Дослідження рівня задоволеності клієнтів (як кількісні, так і якісні). Взаємодія з клієнтами, опрацювання скарг та пропозицій. Рекомендації з вдосконалення сервісів. Побудова та аналіз Customer Journey Map. Проведення медіаційних сесій між бізнес-замовниками та компанією. Аналіз, консультації та рекомендації.

ТЕМА 7. ПЛАТФОРМИ, МЕРЕЖІ ТА ВЗАЄМОДІЇ У ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Поняття і функції електронних торговельних майданчиків. Види і структура електронних торговельних майданчиків. Вертикальні (галузеві)

торговельні майданчики. Горизонтальні (багатогалузеві) торгові майданчики. Internet – представництва бізнес-структур.

Організація обслуговування покупців у віртуальних магазинах. Характеристика методів розрахунку за придбаний товар. Організація доставки товарів, придбаних у віртуальному магазині. Електронні моли як перспективна форма Internet-торгівлі.

ТЕМА 8. УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Специфіка бізнес-процесів управління персоналом у торговельних мережах. Кадрова політика підприємства. Корпоративна культура в системі управління персоналом. Ресурсне забезпечення управління персоналом. Соціально-психологічні аспекти управління персоналом. Кадрова служба та кадрове діловодство в системі управління персоналом. Планування та прогнозування в управлінні персоналом. Професійний добір та адаптація працівників. Управління процесами руху персоналу на підприємстві. Навчання та розвиток персоналу.

ТЕМА 9. УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ І КАТЕГОРІЯМИ ТОВАРІВ У ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Сутність формування асортименту. Принципи формування асортименту. Фактори, що впливають на формування товарного асортименту у торговельних мережах. Етапи розробки асортиментного переліку. Робота з оптимізації асортименту.

ТЕМА 10. УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ТА ЦІНОУТВОРЕННЯ У ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Формування цінової політики у торговельних мережах. Система цін та їх класифікація. Особливості дослідження ринкової кон'юнктури в ціноутворенні. Управління цінами в рамках товарного асортименту. Коригування ціни. Оцінювання помилки і ризику в ціноутворенні. Державне регулювання процесів ціноутворення в Україні.

ТЕМА 11. ЛОГІСТИКА ТА УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАВОК У ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Основні терміни та класифікація ланцюгів поставок. Види та рівні логістичної інтеграції у ланцюгах поставок. Методологія проектування ланцюгів постачання. Види стратегій у ланцюгах поставок та їх зміст. Прийняття рішень в ланцюгах поставок в умовах невизначеності. Конфігурація та оптимізація ланцюгів поставок. Поняття контролінгу бізнес-процесів ланцюгів поставок. SCOR-моделювання у ланцюгах поставок.

ТЕМА 12. ВЕЛИКІ ДАНІ ТА ПРОГНОЗНА АНАЛІТИКА В УПРАВЛІННІ ТОРГОВЕЛЬНИМИ МЕРЕЖАМИ

Застосування новітніх технологій Big Data та Data Mining для аналізу та обробки великих інформаційних масивів в управлінні торговельним підприємством. Ефективність торговельного бізнесу на основі Big Data: планування/оптимізація товарного асортименту, підвищення ефективності логістики, організація роботи персоналу, формування викладки в магазині, налагодження комунікацій), ні створювати позитивний досвід взаємодії зі споживачем (продажі та допродажі, лояльність, персоналізація).

Вірогідне моделювання. Визначення життєвої цінності клієнта. Визначення потенційних клієнтів. Визначення ймовірності першої покупки. Визначення ймовірності наступних покупок. Моделі кластеризації. Аналіз купівельної поведінки. Аналіз кошиків. Аналіз брендкових переваг. Колаборативна фільтрація.

ТЕМА 13. СВІТОВІ ТРЕНДИ В УПРАВЛІННІ ТОРГОВЕЛЬНИМИ МЕРЕЖАМИ

Генеративний штучний інтелект (GAI). Фабрика даних (DF). Розподіл ресурсів підприємства. Хмара та платформи в ньому (CNP). Автономні продукти. Конфіденційність та методики безпеки (PEC). Загальний досвід (TX).

Розділ 4. Тематичний план навчальної дисципліни «Діджитал-менеджмент та адміністрування торговельних мереж», програмні результати навчання

Таблиця 4.1 – Тематичний план навчальної дисципліни «Діджитал-менеджмент та адміністрування торговельних мереж»

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання семінарського, практичного або лабораторного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
МОДУЛЬ 1. Діджитал менеджмент					
<p>Тема 1. Сутність цифрової економіки та діджитал трансформації бізнесу ЛЕКЦІЯ 1.</p> <p>1. Основні підходи до визначення сутності цифрової економіки; 2. Характерні ознаки цифрової економіки; 3. Основні принципи цифровізації економіки України. 4. Поняття цифрової трансформації. 5. Дорожня карта цифрової трансформації. 6. Оцінка цифрової зрілості підприємства.</p>	2	<p>Тема 1. Сутність цифрової економіки та діджитал трансформації бізнесу ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 1.</p> <p>1. Загальна характеристика цифрової трансформації. 2. Цифрова стратегія. Типи цифрових стратегій. 3. Структура цифрової стратегії. 4. Структурно-логічна схема діджитал трансформації діяльності підприємства.</p>	2	<p>Тема 1. Сутність цифрової економіки та діджитал трансформації бізнесу</p> <p>1. Опрацювати матеріал лекції та питання винесені на самостійне вивчення 2. Виконати практичні завдання (кейсстадії) для самостійної роботи. Студенти мають змогу отримати завдання та завантажити свої напрацювання в систему дистанційного навчання (moodle) http://www2.el.puet.edu.ua/st/course/view.php?id=3053 3. Опрацювати додаткові матеріали, рекомендовані викладачем за темою. 4. У дистанційному курсі пройти тестування за темою</p> <p style="text-align: center;">Питання на самостійне вивчення:</p> <p>1. Стратегічні пріоритети для країн на стадії зародження цифрової економіки, переходу до неї або перетворення; 2. Міжнародні принципи щодо доступу до офіційної інформації; 3. Передумови прийняття концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України; 4. Мета, задачі Концепції реалізації ініціативи Цифрового порядку денного України 2020”; 5. Головні цілі, задачі та принципи цифрового розвитку України.</p>	4

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання семінарського, практичного або лабораторного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
<p>Тема 2. Діджитал бізнес-моделі підприємства (організації) ЛЕКЦІЯ 2.</p> <p>1. Паттерни цифрових бізнес-моделей. 2. Поєднання цифрового та фізичного світів у продуктах. 3. Генерування нових цифрових бізнес-моделей.</p>	-	<p>Тема 2. Діджитал бізнес-моделі підприємства (організації) ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 2</p> <p>1.Паттерни цифрових бізнес-моделей. 2.Поєднання цифрового та фізичного світів у продуктах. 3.Генерування нових цифрових бізнес-моделей.</p>	2	<p>Тема 2. Діджитал бізнес-моделі підприємства (організації)</p> <p>1. Опрацювати матеріал лекції та питання винесені на самостійне вивчення 2. Виконати практичні завдання (кейсстадії) для самостійної роботи. Студенти мають змогу отримати завдання та завантажити свої напрацювання в систему дистанційного навчання (moodle) http://www2.el.puet.edu.ua/st/course/view.php?id=3053 3. Опрацювати додаткові матеріали, рекомендовані викладачем за темою. 4. У дистанційному курсі пройти тестування за темою</p> <p>Питання на самостійне вивчення:</p> <p>1. Проблеми, що вирішуються в процесі діджиталізації підприємства. 2. Характеристика основних стандартів систем автоматизації економічних розрахунків: MRPII і ERP системи. 3. Основні бізнес моделі, які використовуються під час онлайн діяльності.</p>	4

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання семінарського, практичного або лабораторного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
<p>Тема 3. Діджитал інструментарій для управління компаніями різних галузей економіки ЛЕКЦІЯ 3.</p> <p>1. Поняття діджитал-інструментів та їх класифікація. 2. Поняття діджитал інструментів розвитку бізнесу. Діджитал інструменти і технології в системі управління бізнесом.</p>	2	<p>Тема 3. Діджитал інструментарій для управління компаніями різних галузей економіки ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 3</p> <p>1. Еволюція розвитку діджитал-інструментів та діджитал-технологій. 2. Класифікація діджитал-інструментів та їх характеристика. 3. Прийняття рішення та удосконалення процесів через застосування діджитал технологій і діджитал інструментів.</p>	2	<p>Тема 3. Діджитал інструментарій для управління компаніями різних галузей економіки</p> <p>1. Опрацювати матеріал лекції та питання винесені на самостійне вивчення 2. Виконати практичні завдання (кейсстадії) для самостійної роботи. Студенти мають змогу отримати завдання та завантажити свої напрацювання в систему дистанційного навчання (moodle) http://www2.el.puet.edu.ua/st/course/view.php?id=3053 3. Опрацювати додаткові матеріали, рекомендовані викладачем за темою. 4. У дистанційному курсі пройти тестування за темою</p> <p>Питання на самостійне вивчення:</p> <p>1. Інтелектуальні CRM- і BPM-інструменти для прискорення цифрової трансформації. 2. Плюси та мінуси діджиталізації процесу закупівель. 3. Сучасні інструменти автоматизації продажів.</p>	4
МОДУЛЬ 2. Адміністрування торговельних мереж					
<p>Тема 4. Технології управління торговельними мережами. Електронна комерція та інформаційні технології ЛЕКЦІЯ 4</p> <p>1. Характеристики торгового менеджменту. 2. Основні завдання управління торговим підприємством у торговельній мережі. 3. Класифікація функцій управління в торгівлі. 4. Електронна комерція як форма ведення бізнесу. 5. Складові електронної комерції.</p>	2	<p>Тема 4. Технології управління торговельними мережами. Електронна комерція та інформаційні технології ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 4</p> <p>1. Основні завдання управління торговим підприємством у торговельній мережі. 2. Електронна комерція як форма ведення бізнесу. 3. Складові електронної комерції. 4. Моделі електронної комерції.</p>	2	<p>1. Опрацювати матеріал лекції та питання винесені на самостійне вивчення 2. Виконати практичні завдання (кейсстадії) для самостійної роботи. 3. Опрацювати додаткові матеріали, рекомендовані викладачем за темою.</p>	4

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання семінарського, практичного або лабораторного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
6. Моделі електронної комерції.					
Тема 5. Технології просування та цифрові комунікації у торговельній мережі ЛЕКЦІЯ 5 1. Організація обслуговування покупців у віртуальних магазинах. 2. Безпека та захист інформації в електронній комерції. 3. Шифрування та електронно-цифровий підпис. 4. Електронні платіжні системи.	-	Тема 5. Технології просування та цифрові комунікації у торговельній мережі ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 5 1. Організація обслуговування покупців у віртуальних магазинах. 2. Безпека та захист інформації в електронній комерції. 3. Шифрування та електронно-цифровий підпис. 4. Електронні платіжні системи.	2	1. Опрацювати матеріал лекції та питання винесені на самостійне вивчення 2. Виконати практичні завдання (кейсстадії) для самостійної роботи. 3. Опрацювати додаткові матеріали, рекомендовані викладачем за темою.	4
Тема 6. Управління маркетингом у торговельній мережі. Поведінка споживачів та управління клієнтським досвідом ЛЕКЦІЯ 6 1. Маркетинг у торговельній мережі. 2. Управління рекламною діяльністю підприємств торгівлі. 3. Дослідження рівня задоволеності клієнтів (як кількісні, так і якісні). 4. Customer Journey Map.	2	Тема 6. Управління маркетингом у торговельній мережі. Поведінка споживачів та управління клієнтським досвідом ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 6 1. Маркетинг у торговельній мережі. 2. Управління рекламною діяльністю підприємств торгівлі. 3. Дослідження рівня задоволеності клієнтів (як кількісні, так і якісні). 4. Customer Journey Map.	2	1. Опрацювати матеріал лекції та питання винесені на самостійне вивчення 2. Виконати практичні завдання (кейсстадії) для самостійної роботи. 3. Опрацювати додаткові матеріали, рекомендовані викладачем за темою.	4
Тема 7. Платформи, мережі та взаємодії у торговельній мережі ЛЕКЦІЯ 7 1. Поняття і функції електронних торговельних майданчиків. 2. Види і структура електронних торговельних майданчиків. 3. Вертикальні (галузеві) торговельні майданчики.	-	Тема 7. Платформи, мережі та взаємодії у торговельній мережі ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 7 1. Поняття і функції електронних торговельних майданчиків. 2. Види і структура електронних торговельних майданчиків. 3. Вертикальні (галузеві) торговельні майданчики.	2	1. Опрацювати матеріал лекції та питання винесені на самостійне вивчення 2. Виконати практичні завдання (кейсстадії) для самостійної роботи. 3. Опрацювати додаткові матеріали, рекомендовані викладачем за темою.	4

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання семінарського, практичного або лабораторного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
4. Горизонтальні (багатогалузеві) торгові майданчики. Internet – представництва бізнес-структур.		4. Горизонтальні (багатогалузеві) торгові майданчики. Internet – представництва бізнес-структур.			
Тема 8. Управління персоналом у торговельній мережі ЛЕКЦІЯ 8 1. Специфіка бізнес-процесів управління персоналом торговельної мережі. 2. Кадрова політика підприємства. 3. Корпоративна культура в системі управління персоналом. 4. Ресурсне забезпечення управління персоналом. 5. Соціально-психологічні аспекти управління персоналом.	2	Тема 8. Управління персоналом у торговельній мережі ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 8 1. Специфіка бізнес-процесів управління персоналом торговельної мережі. 2. Кадрова політика підприємства. 3. Корпоративна культура в системі управління персоналом. 4. Ресурсне забезпечення управління персоналом. 5. Соціально-психологічні аспекти управління персоналом.	2	1. Опрацювати матеріал лекції та питання винесені на самостійне вивчення 2. Виконати практичні завдання (кейсстадії) для самостійної роботи. 3. Опрацювати додаткові матеріали, рекомендовані викладачем за темою.	4
Тема 9. Управління асортиментом і категоріями товарів у торговельній мережі ЛЕКЦІЯ 9 1. Сутність формування асортименту. 2. Фактори, що впливають на формування товарного у торговельній мережі. 3. Етапи розробки асортиментного переліку. 4. Робота з оптимізації асортименту.	2	Тема 9. Управління асортиментом і категоріями товарів у торговельній мережі ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 9 1. Сутність формування асортименту. 2. Фактори, що впливають на формування товарного асортименту у торговельній мережі. 3. Етапи розробки асортиментного переліку. 4. Робота з оптимізації асортименту.	2	1. Опрацювати матеріал лекції та питання винесені на самостійне вивчення 2. Виконати практичні завдання (кейсстадії) для самостійної роботи. 3. Опрацювати додаткові матеріали, рекомендовані викладачем за темою.	4
Тема 10. Управління витратами та ціноутворення у торговельній мережі ЛЕКЦІЯ 10 1. Формування цінової у торговельній мережі. 2. Система	-	Тема 10. Управління витратами та ціноутворення у торговельній мережі ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 10 1. Формування цінової політики у торговельній мережі. 2. Система цін та їх класифікація. 3. Управління цінами в рамках товарного	-	1. Опрацювати матеріал лекції та питання винесені на самостійне вивчення 2. Виконати практичні завдання (кейсстадії) для самостійної роботи. 3. Опрацювати додаткові матеріали, рекомендовані викладачем за темою.	4

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання семінарського, практичного або лабораторного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
цін та їх класифікація. 3. Управління цінами в рамках товарного асортименту. 4. Оцінювання помилки і ризику в ціноутворенні. 5. Державне регулювання процесів ціноутворення в Україні.		асортименту. 4. Оцінювання помилки і ризику в ціноутворенні. 5. Державне регулювання процесів ціноутворення в Україні.			
Тема 11. Логістика та управління ланцюгами поставок у торговельній мережі ЛЕКЦІЯ 11 1. Основні терміни та класифікація ланцюгів поставок. 2. Методологія проектування ланцюгів постачання 3. Прийняття рішень в ланцюгах поставок в умовах невизначеності. 4. Конфігурація та оптимізація ланцюгів поставок. 5. SCOR-моделювання у ланцюгах поставок.	2	Тема 11. Логістика та управління ланцюгами поставок у торговельній мережі ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 11 1. Основні терміни та класифікація ланцюгів поставок. 2. Методологія проектування ланцюгів постачання 3. Прийняття рішень в ланцюгах поставок в умовах невизначеності. 4. Конфігурація та оптимізація ланцюгів поставок. 5. SCOR-моделювання у ланцюгах поставок.	2	1. Опрацювати матеріал лекції та питання винесені на самостійне вивчення 2. Виконати практичні завдання (кейсстадії) для самостійної роботи. 3. Опрацювати додаткові матеріали, рекомендовані викладачем за темою.	4
Тема 12. Великі дані та прогнозна аналітика в управлінні торговельними мережами ЛЕКЦІЯ 12 1. Застосування новітніх технологій Big Data та Data Mining для аналізу та обробки великих інформаційних масивів в управлінні торговельними мережами. 2. Ефективність торговельного бізнесу на основі Big Data. 3. Вірогідне моделювання. 4. Моделі кластеризації.	-	Тема 12. Великі дані та прогнозна аналітика в управлінні торговельними мережами ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 12 1. Застосування новітніх технологій Big Data та Data Mining для аналізу та обробки великих інформаційних масивів в управлінні торговельними мережами. 2. Ефективність торговельного бізнесу на основі Big Data. 3. Вірогідне моделювання. 4. Моделі кластеризації. 5. Колаборативна фільтрація.	-	1. Опрацювати матеріал лекції та питання винесені на самостійне вивчення 2. Виконати практичні завдання (кейсстадії) для самостійної роботи. 3. Опрацювати додаткові матеріали, рекомендовані викладачем за темою.	4

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання семінарського, практичного або лабораторного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
5. Колаборативна фільтрація.					
<p>Тема 13. Світові тренди в управлінні торговельними мережами ЛЕКЦІЯ 13</p> <p>1. Генеративний штучний інтелект (GAI). 2. Фабрика даних (DF) 3. Розподіл ресурсів підприємства 4. Хмара та платформи в ньому (CNP) 5. Автономні продукти 6. Конфіденційність та методики безпеки (PEC) 7. Загальний досвід (TX)</p>	-	<p>Тема 13. Світові тренди в управлінні торговельними мережами ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 13</p> <p>1. Генеративний штучний інтелект (GAI). 2. Фабрика даних (DF) 3. Розподіл ресурсів підприємства 4. Хмара та платформи в ньому (CNP) 5. Автономні продукти 6. Конфіденційність та методики безпеки (PEC) 7. Загальний досвід (TX)</p>	-	<p>1. Опрацювати матеріал лекції та питання винесені на самостійне вивчення 2. Виконати практичні завдання (кейсстадії) для самостійної роботи. 3. Опрацювати додаткові матеріали, рекомендовані викладачем за темою.</p>	2

Розділ 5 «Система оцінювання знань студентів»

Таблиця 5.1– Розподіл балів за результатами вивчення навчальної дисципліни «Діджитал-менеджмент та адміністрування торговельних мереж»

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1–4). Виконання практичних завдань (1 балів); тестування (2 балів); поточна модульна робота (10 балів)	60
Модуль 2 (теми 5–13). Виконання практичних завдань (1 балів); тестування (2 балів); поточна модульна робота (11 балів)	
Екзамен	40
Разом	100

Таблиця 6 – Шкала оцінювання знань здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90–100	A	Відмінно
82–89	B	Дуже добре
74–81	C	Добре
64–73	D	Задовільно
60–63	E	Задовільно достатньо
35–59	FX	Незадовільно з можливістю проведення повторного підсумкового контролю
0–34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни та проведенням підсумкового контролю

Розділ 6. Інформаційні джерела

Основні

1. Boker, A. (2019). Machine Learning & Analytics: The Modern Key to a Positive Customer Experience. Design: Retail, 31(3), 42.
2. Mario D'Arco, Letizia Lo Presti, Vittoria Marino, & Riccardo Resciniti. (2019). Embracing AI and Big Data in customer journey mapping: from literature review to a theoretical framework. [https://doi.org/10.21511/im.15\(4\).2019.09](https://doi.org/10.21511/im.15(4).2019.09)

3. Matthias Spanke (2020) Retail Isn't Dead: Innovative Strategies for Brick and Mortar Retail Success. Palgrave Macmillan; 1st ed. 177 pp.
4. Steve Dennis Remarkable (2020) Retail: How to Win & Keep Customers in the Age of Digital Disruption. LifeTree; Illustrated edition. 240 pages.
5. Апопій В.В., Міщук І.П., Ребицький В.М., Рудницький С.І., Хом'як Ю.М. Організація торгівлі: Підручник. 2-ге видання., перероб. та доп. Київ. Центр учбової літератури. 2018. С. 632.
6. Балджи М.Д., Допіра І.А., Однолько В.О. Економіка та організація торгівлі: Навчальний посібник. Київ. Кондор. 2017. С. 368.
7. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. Київ. Аграр Медіа Груп. 2021. 454 с.
8. Крикавський Є., Похильченко О., Фертч М. Логістика та управління ланцюгами поставок: Навч. посібник. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2017. 844 с.
9. Окландер М., Чукурна О. Маркетингова цінова політика. Підручник. Київ. Центр навчальної літератури. 2020. 385 с.
10. Юрко І.В. Організація торгівлі. Довідник працівника продовольчого магазину. Навч. посіб. Харків. 2015. С. 304.
11. Гупта С. Цифрова стратегія. Посібник переосмислення бізнесу; пер. з англ. І. Ковалишеної. Вид. група КМ-БУКС, 2020. 320 с.
12. Когут Ю. Цифрова трансформація економіки та проблеми кібербезпеки: практичний посібн. Консалтингова компанія «СІДКОН», 2021. 368 с.

Додаткові

13. Ігнатенко Р.В. Цифрові комунікації в маркетингу: сутність та перспективи розвитку в умовах пандемії COVID-19. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. Серія юридична.* 2021. 31. URL: <https://zenodo.org/record/6034732#.Y7NYR3ZBzIU>
14. Тягунова Н.М., Тягунова З.О. Детермінанти політики соціальної відповідальності торговельних підприємств споживчої кооперації. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету.* Серія: Економічні науки. 2019. Вип. 35. С. 173-179. URL: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/index.php/35-2019>
15. Тягунова Н.М., Тягунова З.О. Управління репутаційними ризиками в інвестиційних проектах торговельних підприємств. *Проблеми системного підходу в економіці.* Збірник наукових праць. 2019. Вип. № 2(70). С. 173-176. URL: http://psae-jrnl.nau.in.ua/journal/2_70_1_2019_ukr/2_70_1_2019.pdf DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-2-50>
16. Тягунова Н.М., Тягунова З.О. Управління інвестиційними проектами у сфері онлайн торгівлі. *Науковий погляд: економіка та управління.* 2020. Вип.

№1(67). С. 201-206. URL: <http://scientificview.umsf.in.ua/arkhiv-nomeriv?id=97>
DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2020-67-33>

17. Тягунова Н.М., Тягунова З.О. Вплив цифрової трансформації бізнесу на соціальну відповідальність торговельних підприємств. *Проблеми системного підходу в економіці*. Збірник наукових праць. 2020. Вип. 4(78). С. 177-183. URL: <http://www.psae-jrnl.nau.in.ua/78-2020> DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-4-24>

18. Чаплінський В. Р., Кушнір О. К., Свідер О. П. Аналіз великих даних та їх візуалізація для потреб бізнесу. *Ефективна економіка*. 2021. Вип. 6. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2021/91.pdf DOI: 10.32702/2307-2105-2021.6.89

Розділ 7. Програмне забезпечення навчальної дисципліни

1. Загальне програмне забезпечення, до якого входить пакет програмних продуктів Microsoft Office.

2. Спеціалізоване програмне забезпечення комп'ютерної підтримки освітнього процесу з навчальної дисципліни, яке включає перелік конкретних програмних продуктів: мультимедійні презентації, програмний засіб «OpenTest 2.0». Тестування проводиться під час проведення занять (поточний контроль) і під час підсумкового контролю знань, дистанційни курс на платформі Moodle.