Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Економічний факультет

Кафедра економічної теорії, менеджменту і адміністрування

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Декан економічного факультету

_____Роман ГРЕШКО

«26» серпня 2026 року

РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни

«ЦИФРОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

Обов'язкова

Освітньо-професійна програма	***Менеджмент організацій і адміністрування***
Спеціальність	***D3 Менеджмент***
Галузь знань	***D Бізнес, адміністрування та право***
Рівень вищої освіти	***другий (магістерський)***
	Економічний факультет
Мова навчання	***українська***

Чернівці 2026 рік

Робоча програма навчальної дисципліни «Цифровий менеджмент» складена відповідно до вимог освітньої програми «Менеджмент організацій і адміністрування» другого (магістерського) освітнього рівня, спеціальності D3 Менеджмент, галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право», (затверджена протоколом No14 від «13» травня 2026 р.).

Розробник:
професор Поченчук Г.М., професор кафедри економічної теорії, менеджменту і адміністрування, д.е.н.

Викладачі, що забезпечують читання даної навчальної дисципліни:
професор Поченчук Г.М., професор кафедри економічної теорії, менеджменту і адміністрування, д.е.н.

Погоджено з гарантом ОП _____ **проф. Зоя ГАЛУШКА**
(підпис)

Затверджено на засіданні кафедри економічної теорії, менеджменту і адміністрування
Протокол № *1* від «26» *серпня* 2026 року

Завідувач кафедри _____ проф. **Зоя ГАЛУШКА**
(підпис)

Схвалено методичною радою економічного факультету
Протокол № 1 від «26» серпня 2026 року

Голова методичної ради _____ **Ірина НИКИФОРАК**

Мета навчальної дисципліни: навчальна дисципліна «Цифровий менеджмент» спрямована на формування у майбутніх менеджерів системного розуміння процесів цифрової трансформації бізнесу та використання цифрових технологій в управлінні. Сучасні умови господарювання вимагають від управлінців здатності ефективно працювати в цифровому середовищі, приймати управлінські рішення на основі даних, застосовувати цифрові інструменти для комунікації, організації роботи персоналу, управління проєктами та взаємодії з клієнтами. Вивчення дисципліни обґрунтовується зростаючою роллю цифрової економіки, необхідністю адаптації організацій в умовах невизначеності та нестабільності середовища, а також підвищенням конкурентоспроможності фахівців на ринку праці.

Мета курсу – надати знання та практичні навички використання цифрових технологій у менеджменті, розвинути аналітичне й критичне мислення для ухвалення рішень у цифровому середовищі. Завдання дисципліни полягають у вивченні сучасних цифрових інструментів управління, аналітики даних, управління проєктами та персоналом, штучного інтелекту, цифрового маркетингу й клієнтського досвіду. У результаті опанування курсу студенти здобувають компетенції ефективної організації управлінських процесів у цифровому середовищі, вміння застосовувати цифрові інструменти, працювати з даними, управляти командами та проєктами, налагоджувати комунікацію й взаємодію з клієнтами, а також адаптуватися до змін у цифровій економіці.

Результати навчання.

Результатом вивчення навчальної дисципліни є формування ряду загальних та професійних компетентностей, а також забезпечення програмних результатів навчання, передбачених освітньою програмою в межах змістовної проблематики курсу.

Компетентності:

ІК: Здатність розв’язувати складні задачі і проблеми у сфері менеджменту або у процесі навчання, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначеності умов і вимог.

ЗК1. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК3. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.

ЗК5. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

ЗК7. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

СК1. Здатність обирати та використовувати концепції, методи та інструментарій менеджменту, в тому числі у відповідності до визначених цілей та міжнародних стандартів.

СК3. Здатність до саморозвитку, навчання впродовж життя та ефективного самоменеджменту.

СК5. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.

СК9. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, приймати ефективні управлінські рішення та забезпечувати їх реалізацію.

СК 14*. Здатність використовувати сучасні ІТ-технології, цифрові платформи, інформаційні системи та інструменти бізнес-аналітики для обґрунтування, візуалізації та реалізації управлінських рішень.

Програмні результати навчання

ПРН1. Критично осмислювати, вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для управління в непередбачуваних умовах.

ПРН8. Застосовувати спеціалізоване програмне забезпечення та інформаційні системи для вирішення задач управління організацією.

ПРН11. Забезпечувати особистий професійний розвиток та планування власного часу.

ПРН14*. Оцінювати інноваційний потенціал організації, виявляти можливості використання сучасних технологій, цифрових інструментів і нових бізнес-моделей для підвищення її конкурентоспроможності.

ПРН16*.Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти, візуалізувати та аналізувати їх із використанням інструментів бізнес-аналітики, формувати стратегічний набір організації та розробляти обґрунтовані сценарії її подальшого розвитку.

Опис навчальної дисципліни

Загальна інформація

Форма навчання	**Рік підготовки**	**Семестр**	**Кількість**		**Кількість годин**						**Вид підсумкового контролю**
			кредитів	**годин**	**лекції**	**практичні**	**семінарські**	**лабораторні**	**самостійна робота**	**індивідуальні завдання**	
Денна	1-й	1-й	4	120	14	16			88	2	екзамен
Заочна	1-й	1-й	4	120	4	4			112		екзамен

Структура змісту навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	пр	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Тема 1. Вступ до цифрового менеджменту	17	2	2			13		1				16
Тема 2. Цифрова трансформація та цифрова стратегія	17	2	2			13		1				16
Тема 3. Інформаційні системи в менеджменті та цифрові інструменти підтримки рішень.	17	2	2			13			1			16
Тема 4. Управління даними та бізнес-аналітика	17	2	2			13			1			16
Тема 5. Управління проєктами та менеджмент персоналу в цифрову епоху.	18	2	3		1	12		1				17
Тема 6. Штучний інтелект і автоматизація в менеджменті.	17	2	3		1	11		1				16
Тема 7. Цифровий маркетинг та управління клієнтським досвідом.	17	2	2			13			2			15
Усього годин	120	14	16			88		4	4			112

Тематика лекційних занять з переліком питань

№	Назва теми
1	*Тема 1. Вступ до цифрового менеджменту* 1. Поняття цифрового менеджменту. Еволюція управління: від аналогового до цифрового. 2. Цифрові інструменти в управлінні. 3. Цифрові компетентності менеджера. 4. Цифрова трансформація бізнесу 5. Етичні аспекти та виклики.
2	*Тема 2. Цифрова трансформація та цифрова стратегія* 1. Загальна характеристика цифрової трансформації. 2. Компоненти цифрової стратегії . 3. Організаційні аспекти впровадження. *4.* Виклики та успішні практики
3	*Тема 3. Інформаційні системи в менеджменті та цифрові інструменти підтримки рішень* 1. Поняття інформаційних систем. 2. Типи інформаційних систем та їх роль в менеджменті. 3. Цифрові інструменти підтримки рішень 4. Практичне застосування
4	*Тема 4. Управління даними та бізнес-аналітика* 1. Роль даних у цифровому менеджменті. 2. Бізнес-аналітика: сутність і рівні застосування. 3. Інструменти бізнес-аналітики. 4. Етика та безпека даних.
5	*Тема 5. Управління проектами та менеджмент персоналу в цифрову епоху.* 1. Огляд традиційних та гнучких методологій (Agile, Scrum, Kanban). 2. Інструменти DPM: Jira, Trello, Asana, Miro, Notion. 3. Етапи життєвого циклу проєкту в цифровому середовищі. 4. Основи e-HRM: від автоматизації процесів до стратегічного партнерства. 5. Цифровий рекрутинг, найм та онбординг (CRM, ATS). 6. Управління ефективністю та розвиток співробітників за допомогою цифрових платформ.
6	*Тема 6. Штучний інтелект і автоматизація в менеджменті* 1. Основні технології штучного інтелекту. 2. Штучний інтелект та прийняття управлінських рішень. 3. Автоматизація бізнес-процесів. 4. Етичні та правові аспекти.
7	*Тема 7. Цифровий маркетинг та управління клієнтським досвідом* 1. Сутність цифрового маркетингу та його місце в управлінні. 2. Інструменти цифрового маркетингу. 3. Управління клієнтським досвідом. 4. Метрики та оцінка ефективності.

Тематика практичних занять

Для кожної теми передбачено теоретичні питання для обговорення та практичні завдання, орієнтовані на формування аналітичних, управлінських і цифрових компетентностей.

№	Назва теми

1	*Тема 1. Вступ до цифрового менеджменту* 1. Питання для обговорення: ➢ Як можна визначити поняття «цифровий менеджмент»? ➢ Чим цифровий менеджмент відрізняється від традиційного менеджменту? ➢ Які етапи можна виокремити в еволюції управління: аналоговий, автоматизований, цифровий та інтелектуальний? ➢ Які цифрові інструменти використовуються на різних рівнях управління? ➢ Які цифрові компетентності необхідні сучасному менеджеру? ➢ Як цифрові технології змінюють організаційну структуру підприємства? ➢ Які переваги та ризики створює цифрова трансформація бізнесу? ➢ Які етичні проблеми виникають під час використання цифрових технологій? ➢ Як менеджер може забезпечити баланс між технологічною ефективністю та людським фактором? 2. Аналіз завдань для самостійного опрацювання та практичних завдань (кейси, використання цифрових інструментів).
2	*Тема 2. Цифрова трансформація та цифрова стратегія* 1. Питання для обговорення: ➢ У чому полягає сутність цифрової трансформації? ➢ Чим цифрова трансформація відрізняється від упровадження окремих цифрових інструментів? ➢ Які основні компоненти цифрової стратегії підприємства? ➢ Як цифрова стратегія пов'язується із загальною стратегією організації? ➢ Яку роль відіграють клієнтоорієнтованість і дані в цифровій стратегії? ➢ Які зміни в організаційній культурі необхідні для цифрової трансформації? ➢ Чому працівники можуть чинити опір цифровим змінам? ➢ Як оцінити цифрову зрілість підприємства? ➢ Які чинники визначають успішність цифрової трансформації? ➢ Які типові помилки допускають підприємства під час цифрових змін? 2. Аналіз завдань для самостійного опрацювання та практичних завдань (кейси, використання цифрових інструментів)..
3	*Тема 3. Інформаційні системи в менеджменті та цифрові інструменти підтримки рішень* 1. Питання для обговорення: ➢ Що таке інформаційна система? ➢ Які основні компоненти інформаційної системи? ➢ Які види інформаційних систем використовуються в менеджменті? ➢ Чим відрізняються ERP-, CRM-, SCM-, HRM- та BI-системи? ➢ Які системи застосовуються на операційному, тактичному та стратегічному рівнях управління? ➢ Яку роль відіграє якість інформації в управлінському рішенні? ➢ Які функції виконують системи підтримки прийняття рішень? ➢ У чому полягають переваги та обмеження автоматизованих управлінських рішень? ➢ Як інтеграція інформаційних систем впливає на діяльність підприємства? ➢ Які ризики виникають у разі фрагментації інформаційних систем? 2. Аналіз завдань для самостійного опрацювання та практичних завдань (кейси, використання цифрових інструментів)..
4	*Тема 4. Управління даними та бізнес-аналітика* 1. Питання для обговорення: ➢ Чому дані є стратегічним ресурсом підприємства?

	➢ У чому полягає різниця між даними, інформацією, знаннями та управлінськими рішеннями? ➢ Які основні характеристики якісних даних? ➢ Що таке бізнес-аналітика? ➢ Чим відрізняються описова, діагностична, прогнозна та приписувальна аналітика? ➢ Які бізнес-завдання можна вирішувати за допомогою кожного рівня аналітики? ➢ Які інструменти використовуються для аналізу даних? ➢ Які помилки можуть виникати під час інтерпретації даних? ➢ Які загрози пов'язані з несанкціонованим доступом до даних? ➢ Як забезпечити етичне використання персональних та комерційних даних? 2. Аналіз завдань для самостійного опрацювання та практичних завдань (кейси, використання цифрових інструментів)..
5	*Тема 5. Управління проєктами та менеджмент персоналу в цифрову епоху.* 1. Питання для обговорення: ➢ У чому полягають відмінності між традиційним і гнучким управлінням проєктами? ➢ Які принципи Agile? ➢ Для яких проєктів доцільно використовувати Scrum? ➢ У яких випадках Kanban є ефективнішим? ➢ Які функції виконують Jira, Trello, Asana, Miro та Notion? ➢ Які етапи охоплює життєвий цикл цифрового проєкту? ➢ Що таке e-HRM? ➢ Як цифрові технології змінюють рекрутинг і відбір персоналу? ➢ Які переваги та ризики використання ATS і цифрових платформ для оцінювання кандидатів? ➢ Як цифрові системи допомагають оцінювати результативність і розвиток працівників? ➢ Які компетентності потрібні менеджеру цифрової команди? ➢ Як організувати ефективну комунікацію в гібридній або дистанційній команді? 2. Аналіз завдань для самостійного опрацювання та практичних завдань (кейси, використання цифрових інструментів).
6	*Тема 6. Штучний інтелект і автоматизація в менеджменті* 1. Питання для обговорення: ➢ Що таке штучний інтелект і які його основні різновиди? ➢ Чим відрізняються машинне навчання, глибоке навчання та генеративний штучний інтелект? ➢ Які завдання менеджменту можуть бути автоматизовані? ➢ Як штучний інтелект підтримує ухвалення управлінських рішень? ➢ Які переваги дає використання AI в управлінні? ➢ Які обмеження мають алгоритмічні рішення? ➢ Як визначити процеси, придатні для автоматизації? ➢ Які професійні ролі можуть змінитися під впливом AI? ➢ Що означають прозорість, пояснюваність і відповідальність алгоритмів? ➢ Які ризики пов'язані з упередженістю даних? ➢ Як організувати відповідальне використання генеративного AI у роботі менеджера? 2. Аналіз завдань для самостійного опрацювання та практичних завдань (кейси, використання цифрових інструментів)..

7	*Тема 7. Цифровий маркетинг та управління клієнтським досвідом* 1. Питання для обговорення: ➢ Що таке цифровий маркетинг? ➢ Яке місце цифрового маркетингу в системі управління підприємством? ➢ Які канали цифрового маркетингу є найбільш поширеними? ➢ Чим відрізняються SEO, контекстна реклама, SMM, email-маркетинг і контент-маркетинг? ➢ Як формується цифровий шлях клієнта? ➢ Що таке клієнтський досвід і з яких елементів він складається? ➢ Яку роль відіграють CRM-системи в управлінні клієнтським досвідом? ➢ Як персоналізація впливає на поведінку клієнтів? ➢ Які показники використовуються для оцінювання ефективності цифрового маркетингу? ➢ Чим відрізняються охоплення, залученість, конверсія та рентабельність маркетингових інвестицій? ➢ Які етичні ризики виникають під час використання персональних даних клієнтів? ➢ Як підприємство може реагувати на негативні відгуки в цифрових каналах? 2. Аналіз завдань для самостійного опрацювання та практичних завдань (кейси, використання цифрових інструментів).

Самостійна робота здобувачів

№	Назва теми	Кількість годин
1.	*Тема 1. Вступ до цифрового менеджменту* Ознайомитись та визначити алгоритм роботи з Google Trends для менеджерів https://www.youtube.com/playlist?list=PLKoqnv2vTMUO8MUpCbVIiBaDZYrpNF8f- Ознайомитись та визначити алгоритм роботи з Statista для менеджерів Аналіз успішних кейсів цифрової трансформації за допомогою доступу до баз даних кейсів (наприклад, Harvard Business Review, McKinsey Digital).	*13*
2.	Тема 2. Цифрова трансформація та цифрова стратегія Підготувати презентацію для одного з обраних кейсів практики цифрової трансформації 21 Examples of Digital Transformation Case Studies (2025) https://whatfix.com/blog/digital-transformation-examples/ Ознайомитись з використанням The Business Model Canvas https://www.strategyzer.com/library/the-business-model-canvas https://business.diia.gov.ua/entrepreneur-handbook/item/scho_take_impact_canvas_i_chomu_obirati_cyu_model	*13*
3.	*Тема 3. Інформаційні системи в менеджменті та цифрові інструменти підтримки рішень* Ознайомитись з інформаційними системами для роботи малого бізнесу, наприклад, Zoho CRM, HubSpot CRM і NetHunt CRM. Оцінити кожну систему за 5 критеріями (ціна, інтеграції, автоматизація, аналітика, підтримка). Побудувати матрицю рішень. Обґрунтувати вибір. Створити інфографіку «Шлях клієнта в CRM», а також RACI-матрицю для команди впровадження	*13*

4.	*Тема 4. Управління даними та бізнес-аналітика* На основі відкритих даних провести аналіз: Використати портали data.gov.ua або Kaggle. Обрати один набір даних, що стосується економіки, бізнесу або соціального розвитку. Виконати аналіз в Excel або Google Sheets: – очистіть дані (видаліть дублікати, пропуски, зайві стовпці); – порахуйте базові показники (середнє значення, максимум, мінімум, кількість записів). Побудувати 2–3 діаграми (гістограма, кругова діаграма, лінійний графік).	*13*
5.	*Тема 5. Управління проєктами та менеджмент персоналу в цифрову епоху.* Провести порівняльний аналіз цифрових інструментів для управління проєктами (наприклад, Asana і Monday.com). Критерії: зручність, функціонал, інтеграції, вартість. Інструменти: Asana, Monday.com. Ознайомитись з можливостями BambooHR https://www.bamboohr.com/ та Workday https://www.workday.com/ Описати, як система може допомогти з рекрутингом, оцінюванням та мотивацією працівників. Дослідити які ще є інструменти? (https://www.unian.ua/economics/other/reyting-saytiv-z-robotoyu-v-ukrajini-12253731.html)	*12*
6.	*Тема 6. Штучний інтелект і автоматизація в менеджменті .* Дослідити практику застосування AI в управлінні компаніями (case-study) на прикладах Harvard Business Review, McKinsey Insights Визначити, які типи AI можна застосувати у HR/маркетингу/фінансах Проаналізувати етичну дилему (наприклад, AI-рекрутинг) з використанням ресурсів OECD AI Principles та документів EU AI Act. Визначити та обґрунтувати компетентності “Менеджер майбутнього і AI”	*11*
7.	*Тема 7. Цифровий маркетинг та управління клієнтським досвідом* Оберіть будь-який цифровий сервіс (наприклад, Glovo, Rozetka, Monobank). Опишіть етапи шляху клієнта: від усвідомлення потреби → пошук інформації → покупка → післяпродажний сервіс. Вкажіть: канали взаємодії, емоції клієнта, проблемні точки (pain points). Дослідити приклад компанії, яка успішно інтегрувала цифровий маркетинг та управління CX (наприклад, Starbucks, Netflix, Amazon, Monobank). Питання для розгляду: Які технології вони використовують? Як відбувається персоналізація? Які результати отримав бізнес?	*13*

Методи навчання

Для досягнення освітньої мети та прогнозованих програмних результатів використовуються основні традиційні та інтерактивні методи навчання, а також новітні технології.

Методи навчання:

– словесні методи (лекція, дискусія, бесіда, консультація тощо);

– практичні методи (практичні роботи);
– наочні методи (презентації результатів виконаних завдань, ілюстрації, відеоматеріали, тощо);
– робота з інформаційними ресурсами: з навчально-методичною, науковою, нормативною літературою та інтернет-ресурсами;
– комп'ютерні засоби навчання (онлайн-курси – ресурси, веб-конференції, вебінари та ін.);
– самостійна робота над завданням та за програмою навчальної дисципліни.

Система контролю та оцінювання

Методи контролю:
– контрольні роботи (тематичні);
– тестові завдання, опитування, індивідуальні завдання;
– аналітичні звіти, реферати, тези доповідей, статті;
– презентації результатів виконання завдань;
– інші види індивідуальних і групових завдань.

Форми поточного та підсумкового контролю:
– формами поточного контролю є усна чи письмова відповідь студента;
– формами підсумкового контролю є екзамен.

Критерії оцінювання поточного та підсумкового контролю

Критерієм підсумкового оцінювання є досягнення здобувачем мінімальних порогових рівнів оцінок (балів) за кожним передбаченим результатом навчання.

Кількість балів, яку здобувач вищої освіти може отримати під час навчальних занять за кожну тему (опитування, тестування, виконання індивідуальних завдань). Загальна (максимальна) кількість балів, яку здобувач може отримати в процесі вивчення дисципліни протягом семестру, становить 100 балів, з яких 60 балів здобувач набирає при поточних видах контролю і 40 балів – у процесі підсумкового виду контролю (іспит).

У випадку отримання менше 50 балів за результатами поточного та підсумкового контролю, здобувач вищої освіти обов'язково здійснює перескладання для ліквідації академічної заборгованості. Якщо здобувач вищої освіти набрав менше 35 балів, він не допускається до підсумкового контролю.

Критеріями оцінювання є:

при усних відповідях: повнота розкриття питання; логіка викладання матеріалу; використання основної, додаткової літератури та інших (у тому числі іноземною мовою) джерел інформації; аналітичні міркування, уміння робити порівняння, висновки; уміння аналізувати теоретичні проблеми з урахуванням світової і вітчизняної практики;

при виконанні письмових (презентацій) завдань: повнота розкриття питання, аргументованість і логіка викладення матеріалу, висвітлення проблематики в теоретичних концепціях та парадигмах, використання літературних джерел, прикладів та фактичного матеріалу тощо; цілісність, системність, логічність, уміння формулювати висновки; акуратність оформлення письмової роботи.

Дедлайни та перескладання. Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання тем відбувається з дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний, участь у конференціях).

Академічна доброчесність. Здобувачі вищої освіти самостійно виконують всі завдання, які передбачені. Обов'язковим є посилання на джерела інформації в разі використання ідей, розробок, тверджень.

Відвідування занять. Відвідування занять є обов'язковою умовою виконання навчального плану дисципліни. Форми навчання визначені затвердженим графіком освітнього процесу Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне тестування та самостійна робота							Підсумковий тест (залік)	Сума
Т1	Т2	Т3	Т4	Т5	Т6	Т7	40	100
8	9	8	8	9	9	9		

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Оцінка за національною шкалою	**Оцінка за шкалою ECTS**	
	Оцінка (бали)	**Пояснення за розширеною шкалою**
Відмінно	A (90-100)	відмінно
Добре	B (80-89)	дуже добре
	C (70-79)	добре
Задовільно	D (60-69)	задовільно
	E (50-59)	достатньо
Незадовільно	FX (35-49)	(незадовільно) з можливістю повторного складання
	F (1-34)	(незадовільно) з обов'язковим самостійним опрацюванням освітнього компоненту до перескладання

Перелік питань для самоконтролю та підсумкового контролю навчальних досягнень студентів

І. Теоретичний аспект змісту курсу:

1. Поняття, цілі та завдання цифрового менеджменту.
2. Тренди цифровізації бізнесу.
3. Суть і етапи цифрової трансформації.
4. Стратегії цифровізації.
5. Цифрові платформи та екосистеми.
6. Платформена економіка.
7. Бізнес-моделі на базі цифрових платформ.
8. ERP-, CRM-, SCM-системи.
9. Хмарні технології в управлінні.
10. Big Data та аналітика у прийнятті управлінських рішень
11. Інструменти бізнес-аналітики.
12. Застосування ШІ в управлінні процесами, персоналом, клієнтами.
13. Машинне навчання в управлінні
14. Автоматизація бізнес-процесів та роботизація.
15. Цифрові робочі місця, віртуальні помічники.
16. HRTech: автоматизація рекрутингу, цифрове навчання, віддалена робота.
17. Електронне урядування та цифрове середовище державного управління
18. Кібербезпека та управління ризиками.
19. Загрози цифровому середовищу. Захист персональних та корпоративних даних
20. Управління цифровими змінами.
21. Лідерство в цифрову епоху.
22. Стратегія змін та управління опором персоналу.
23. Цифровий маркетинг.

24. Онлайн-комунікації та соціальні мережі.
25. Онлайн-колаборація, керування проєктами
26. Цифрові фінанси та фінансові технології (FinTech)
27. Цифрові інструменти для командної роботи
28. Етика та відповідальність у цифровому менеджменті.
29. Цифрові права, приватність, етика ШІ, етика збору та обробки даних

ІІ. Практичний аспект

Охарактеризувати практичні інструменти цифрового менеджменту та можливості щодо їх застосування у різних сферах менеджменту:

1. Microsoft Power BI для аналітики та звітності
2. Tableau для візуалізації даних
3. Google Analytics для веб-аналітики
4. Miro для створення карт цифрової трансформації
5. Jira для управління проектами
6. Trello/Monday.com для командної роботи
7. Asana для планування завдань
8. Slack для корпоративних комунікацій
9. Gantt-діаграми в MS Project
10. Google Ads та Facebook Ads Manager
11. HubSpot CRM для управління клієнтами
12. Mailchimp для email-маркетингу
13. Hootsuite для управління соціальними мережами
14. Google Tag Manager для відстеження конверсій
15. Microsoft Power Automate для автоматизації
16. Zapier для інтеграції сервісів
17. UiPath для роботичної автоматизації процесів
18. ProcessMaker для моделювання процесів
19. BPMN диаграми в Bizagi
20. Zoom/Microsoft Teams для відеоконференцій
21. Notion для корпоративної wiki
22. Time Doctor для відстеження продуктивності
23. Figma для колаборативного дизайну
24. GitHub для командної розробки
25. Shopify/WooCommerce для створення інтернет-магазину
26. Stripe/PayPal для платіжних систем
27. Google Merchant Center
28. Hotjar для аналізу поведінки користувачів
29. ChatGPT та Claude для автоматизації завдань
30. TensorFlow/PyTorch для ML-моделей
31. IBM Watson для корпоративного ШІ
32. Azure Cognitive Services
33. Chatbot платформи (Dialogflow, ManyChat)
34. Design Thinking методології (Miro, Figma)
35. InVision для прототипування
36. Lean Canvas для бізнес-моделювання
37. OKR системи (Weekdone, Lattice)
38. Agile/Scrum інструменти (Azure DevOps)

Зарахування результатів неформальної освіти

Згідно Порядку визнання у Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти (27.11.24) здобувачу освіти можуть бути зараховані як результати вивчення окремих

тем освітньої компоненти результати неформальної освіти, здобутої на освітніх платформах Дія.Освіта, Udemy, Coursera, Ukraine Global Faculty та ін., які підтверджені сертифікатом й відповідають тематиці.

Політика академічної доброчесності

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні освітнього компонента регламентовано чинними документами ЧНУ:

- «Кодекс академічної доброчесності та етики Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича» https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/kodeks-akademichnoi-dobrochesnosti-ta-etyky-chernivetskoho-natsionalnoho-universytetu-imeni-yuriia-fedkovycha/
- «Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича» https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/polozhennia-pro-vyiavlennia-ta-zapobihannia-akademichnomu-plahiatu-u-chernivetskomu-natsionalnomu-universyteti-imeni-yuriia-fedkovycha/
- «Політика використання штучного інтелекту в Чернівецькому національному університету імені Юрія Федьковича» https://www.chnu.edu.ua/universytet/normatyvni-dokumenty/polityka-vykorystannia-shtuchnoho-intelektu-v-chernivetskomu-natsionalnomu-universyteti-imeni-yuriia-fedkovycha-zi-zminamy-zatverdzhenymy-vchenoiu-radoiu-chnu-imeni-yuriia-fedkovycha/

Використання здобувачами освіти інструментів штучного інтелекту (ШІ) під час виконання навчальних завдань:

– допускається за умови дотримання принципів академічної доброчесності (здобувач освіти несе відповідальність за зміст, достовірність і результати поданої роботи, а у разі використання ШІ зобов'язаний зазначити факт і спосіб його застосування);

– не допускається використання ШІ як заміни самостійного виконання завдань або з метою порушення вимог академічної доброчесності;

– додаткові обмеження чи вимоги щодо використання ШІ можуть визначатися викладачем в освітньому процесі для конкретних видів навчальної діяльності відповідно до особливостей дисципліни.

Рекомендована література

1. Digital-менеджмент: Теорії та практика: підручник. Т.Ю.Чаркіна, В.О.Задоя, Г.М.Гребенюк, О.В.Літвінов, Д.С.Корольов. Укр.держ.ун-тнаукиітехнологій.Електрон.вид. Дніпро:УДУНТ,2025. 179с.
2. https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-71-158
3. https://e-book.ust.edu.ua/catalog/view/736/1147/10332
4. URL:https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5605/5561
5. Костинець Ю., Жуков С. Управління маркетингом в цифровому середовищі. Економіка та суспільство, 2025. №71.
6. Поченчук Г. М., Марченко О. В. Діяльність малих та середніх підприємств в умовах цифрової трансформації: гендерний аспект та нова якість менеджменту. Ефективна економіка. 2024. №4. URL: https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/3494/3529
7. Старченко Г. В., Патрісія П. Іглесіас Санчес Бізнес-аналітика: синергія технологій, даних і стратегічного мислення. The Paradigm of Innovative Development in the Conditions of Permanent Crisis / 7. MODERN TECHNICAL SOLUTIONS AS A SOURCE OF INNOVATIVE DEVELOPMENT IN THE CONTE. 2024. URL: https://reicst.com.ua/asp/article/view/monograph-12-2024-07-01/monograph-12-2024-07-01

8. Уголькова О. З. Цифровий маркетинг та соціальні мережі. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку : науковий журнал. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2021. Том 3. № 1. С. 146–152.
9. Федоша М.О., Шевченко О.М. Цифровий маркетинг в Україні: ключові аспекти. Сучасна економічна наука: теорія і практика : матеріали XIV Всеукр. наук.–практ. Інтернет–конф. з міжнар. участю, 07 листопада 2024 р. Полтава: Нац. ун–т ім. Ю. Кондратюка. 2024. С. 115–116.
10. Філіпова Л.Я. Системи бізнес-аналітики: сучасні тенденції розвитку. Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. 2022. № 1. С. 43–48.
11. Чернін О. Вплив інструментів бізнес-аналітики на розвиток цифрової економіки України. Економіка та суспільство. 2025. №72. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5691/5632 https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-40.
12. Чукурна О. П. , Тардаскіна Т. М. Менеджмент в цифровій економіці. 2024. URL: https://www.researchgate.net/publication/383206404_MENEDZMENT_V_CIFROVIJ_EKONOMICI_Derzavnij_universitet_intelektualnih_tehnologij_i_zv%27azku
13. Kraus K., Kraus N., Pochenchuk G., Manzhura O., Kyrpushko V. Recovery of the Economy of Ukraine on the Basis of Digital Entrepreneurship: Forecast Expectations, Models and Scenarios of Post-War Development. WSEAS Transactions on Business and Economics, 2024. Vol. 21. P.1523-1538. URL:https://wseas.com/journals/bae/2024/c545107-2819.pdf.

Інформаційні ресурси

1. MIT Sloan Management Review (дослідження та статті про цифрову трансформацію та менеджмент) URL: https://sloanreview.mit.edu
2. Harvard Business Review (аналітика, кейси та практичні поради для менеджерів).URL: https://hbr.org.
3. McKinsey Insights & Publications (звіти й аналітичні матеріали про цифрову економіку). URL: https://www.mckinsey.com/featured-insights.
4. Gartner Research (прогнози та тренди у сфері технологій і бізнесу). URL: https://www.gartner.com/en/insights.
5. Forrester Research (звіти з цифрової стратегії, маркетингу, клієнтського досвіду). URL: https://www.forrester.com/research/.
6. HubSpot Blog (цифровий маркетинг, CRM, автоматизація). URL: https://blog.hubspot.com.
7. Neil Patel Blog – SEO (контент-маркетинг, цифрова стратегія). URL: https://neilpatel.com/blog.
8. DigitalMarketer 9освітні матеріали та практики цифрового маркетингу).
9. URL: https://www.digitalmarketer.com.
10. ArXiv.org (відкритий доступ до наукових досліджень (AI, бізнес-аналітика, дані)). URL: https://arxiv.org.
11. Дія.Освіта.URL: https://osvita.diia.gov.ua/