

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ
СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

ЗАТВЕРДЖЕНО
на засіданні кафедри
менеджменту та бізнесу
Протокол № 1 від 25.08.2023 р.



Каріна НЕМАШКАЛО

ЦИФРОВИЙ БІЗНЕС
робоча програма навчальної дисципліни (РПНД)

Галузь знань 07 Управління та адміністрування
Спеціальність 073 Менеджмент
Освітній рівень перший (бакалаврський)
Освітня програма Бізнес-адміністрування

Статус дисципліни *вибіркова*
Мова викладання, навчання та оцінювання *українська*

Розробники програми:
к.е.н., доцент


Оксана МАЗОРЕНКО


к.е.н., доцент


Катерина ЛОГІНОВА

Завідувач кафедри
менеджменту та бізнесу


Тетяна ЛЕПЕЙКО

Гарант програми


Ольга МИРОНОВА

Харків
2023

ВСТУП

Програма вивчення навчальної дисципліни «Цифровий бізнес» складена відповідно до освітньої програми підготовки бакалаврів. Навчальна дисципліна «Цифровий бізнес» належить до вибіркових освітніх компонентів циклу професійної підготовки бакалаврів за освітньою програмою «Бізнес-адміністрування».

В еру, що характеризується стрімким технологічним розвитком, глобалізацією та зміною поведінки споживачів, здатність орієнтуватися в цифровому ландшафті набуває першочергового значення для досягнення успіху в бізнесі. Дисципліна покликана забезпечити студентів необхідними знаннями та навичками для процвітання в цифровому бізнес-середовищі.

Цифровий бізнес досліджує взаємодію технологій, стратегії та інновацій, забезпечуючи комплексне розуміння того, як цифрові інструменти та платформи формують сучасні бізнес-практики. Від електронної комерції до цифрового маркетингу, від аналізу даних до штучного інтелекту – навчальна дисципліна вивчає багатогранні аспекти ведення бізнесу в цифрову епоху.

Метою навчальної дисципліни є: формування цілісних знань про цифровий бізнес через вивчення термінологічного апарату, розкриття всіх наведених понять та внутрішньої логіки явища, а також надання уявлення про організаційно-технологічну модель цифрового бізнесу.

Завданнями навчальної дисципліни є:

розкриття змісту категоріального апарату цифрового бізнесу;

вивчення внутрішньої логіки цифрового бізнесу, рушійних сил та принципів;

вивчення різноманітних організаційних моделей, що застосовуються в цифровому бізнесі;

дослідження технологічних платформ, які підтримують цифрові бізнес-операції;

оволодіння навичками формулювання та оцінювання цифрових бізнес-стратегій для різних галузевих контекстів;

набуття практичних навичок застосування різних цифрових бізнес-моделей;

оволодіння методами оцінки ефективності забезпечення цифрового бізнесу.

Об'єктом навчальної дисципліни є діяльність організації.

Предметом навчальної дисципліни є теоретичні концепції цифрового бізнесу, методологія розробки та впровадження цифрових бізнес-моделей і стратегій.

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна визначено в табл. 1.

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна

Результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти
PH8	ЗК5; СК7; СК12
PH10	СК10
PH17	ЗК4
PH18	СК19
PH20	ЗК5; ЗК12; СК12

де PH8 – застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації;

PH10 – мати навички обґрунтування дієвих інструментів мотивування персоналу організації;

PH17 – виконувати дослідження індивідуально та/або в групі під керівництвом лідера;

PH18 – оцінювати можливості використання технологій для оптимізації ефективності бізнесу;

PH20 – координувати аспекти діяльності бізнес-організацій, які сприяють ефективності її роботи;

ЗК4 – здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;

ЗК5 – знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності;

ЗК12 – здатність генерувати нові ідеї (креативність);

СК7 – здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту;

СК10 – здатність оцінювати виконувані роботи, забезпечувати їх якість та мотивувати персонал організації;

СК12 – здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення;

СК19 – здатність формувати на підприємстві умови, які сприяють виникненню та просуванню інновацій, розуміти існуючу й нову технологію та її вплив на нові / майбутні ринки.

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1. Основні поняття та моделі цифрового бізнесу.

Тема 1. Цифрові трансформації як передумова розвитку цифрового бізнесу.

Предмет, цілі та завдання навчальної дисципліни.

Етапи та вплив інформаційної революції на економіку України. Характеристика та принципи цифрової економіки. Індустрія 4.0.

Поняття цифрових трансформацій. Основні принципи цифрової трансформації.

Тема 2. Цифровий бізнес та електронна комерція.

Сутність цифрового бізнесу (d-business). Внутрішня логіка цифрового бізнесу, його складові та їх взаємозв'язок.

Впровадження нових цифрових технологій у «нових» та «традиційних» галузях промисловості. Розвиток конкурентних переваг за допомогою технологій.

Електронний бізнес та електронна комерція. Відмінності між електронною комерцією, електронним бізнесом та цифровим бізнесом.

Тема 3. Моделі цифрового бізнесу.

Поняття та типи бізнес-моделей.

Моделі цифрового бізнесу як інструмент для пояснення зростання інтернет-мегабрендів і того, як компанії можуть впроваджувати інновації в цифрову епоху. Вплив діджиталізації на організаційні структури, процеси та культуру.

Тема 4. Цифрова стратегія компанії.

Поняття цифрової стратегії. Онлайн-стратегія у порівнянні з цифровою стратегією. Елементи цифрової стратегії та їх характеристика.

Набір стратегій для цифрового бізнесу: маркетингова, конкурентна, кадрова та інноваційна стратегії.

Змістовий модуль 2. Прикладні аспекти цифрового бізнесу.

Тема 5. Сервіси та платформи для ведення цифрового бізнесу.

Цифрова платформа. Цифрова бізнес-платформа. Переваги цифрових бізнес-платформ. Типи цифрових платформ: платформи агрегації, соціальні платформи, платформи навчання та платформи мобілізації. Приклади успішних бізнес-платформ: Alibaba, eBay, Uber, Airbnb та Amazon.

Тема 6. Управління персоналом цифрової компанії.

Особливості управління персоналом цифрової компанії. Мотивація персоналу цифрової компанії.

Моделі Smart-роботи. Цифрове робоче місце. Цифрова грамотність та цифрова компетентність персоналу компанії.

Тема 7. Сучасні платіжні системи та особливості їх використання в цифровому бізнесі.

Сутність електронних платіжних систем. Призначення електронних платіжних систем. Види електронних платіжних систем.

Дистанційне банківське обслуговування. Інтернет-банкінг. Використання пластикових карток у цифровому бізнесі. Елементи захисту пластикових карток. Сутність інтернет-еквайрингу. Учасники інтернет-еквайрингу.

Платіжна платформа. Платіжний термінал. Принципи роботи платіжного терміналу. Платіжний агрегатор. Платіжні системи для сайту. Платіжні системи для інтернет-магазину.

Тема 8. Безпека цифрового бізнесу.

Загрози для систем цифрового бізнесу. Правове регулювання захисту інформації в цифровому бізнесі.

Сутність цифрової безпеки та її види. Принципи кібербезпеки.

Комп'ютерна злочинність: особливості фішингу, скімінгу, шахрайства електронною поштою; шахрайські прийоми покупців. Управління цифровим ризиком.

Ергономічні принципи роботи в епоху цифрових технологій. Методи захисту інформації на електронних носіях. Кваліфікований цифровий підпис.

Перелік лабораторних занять за навчальною дисципліною наведено в табл. 2.

Таблиця 2

Перелік лабораторних занять

Назва теми та / або завдання	Зміст
Тема 1. Лабораторне завдання 1.	Семинар з цифрових трансформацій.
Тема 2. Лабораторне завдання 2.	Презентація ідеї проекту цифрового стартапу.
Тема 3. Лабораторне завдання 3.	Розробка бізнес-плану стартап-проекту на основі використання однієї з цифрових бізнес-моделей.
Тема 4. Лабораторне завдання 4.	Обґрунтування цифрової стратегії стартапу.
Тема 5. Лабораторне завдання 5.	Цифрові платформи: сучасні приклади успіхів та невдач.
Тема 6. Лабораторне завдання 6.	Формування цифрової команди, розробка системи мотивації персоналу.
Тема 7. Лабораторне завдання 7.	Вибір платіжних інструментів для цифрового бізнесу.
Тема 8. Лабораторне завдання 8.	Розробка стратегії кібербезпеки для бізнесу.
Тема 8. Лабораторне завдання 9.	Презентація індивідуального завдання.

Перелік самостійної роботи за навчальною дисципліною наведено в табл. 3.

Таблиця 3

Перелік самостійної роботи

Назва теми та/або завдання	Зміст
Теми 1-8	Пошук, відбір та огляд літератури на задану тему
Теми 1-8	Підготовка до експрес-тесту
Теми 1-8	Підготовка до лабораторних занять
Теми 1-8	Виконання презентації
Теми 1-8	Підготовка до іспиту

Кількість годин лекційних, лабораторних занять та годин самостійної роботи наведено в технологічній карті з навчальної дисципліни.

МЕТОДИ НАВЧАННЯ

У процесі викладання навчальної дисципліни «Цифровий бізнес» з метою досягнення визначених результатів навчання, активізації навчального процесу передбачено використання таких методів навчання, як:

Лекції-дискусії (теми 1 - 8), робота в малих групах (теми 2 - 8), презентації (теми 2 - 8), візуалізації (теми 1 - 8), різноманітні індивідуальні (теми 1 - 8) та групові (теми 1, 2, 6) роботи.

Під час лекцій та лабораторних занять використовуються такі методи навчання: пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, проблемного викладання, частково-пошуковий, дослідницький.

ФОРМИ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

ХНЕУ ім. С. Кузнеця використовує 100-бальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Поточний контроль здійснюється під час лекційних, лабораторних занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретного завдання та оцінюється сумою набраних балів:

– для дисциплін з формою семестрового контролю у вигляді екзамену (іспиту): максимальна кількість балів - 60; мінімально необхідна кількість балів - 35.

Підсумковий контроль включає поточний контроль та екзамен.

Семестровий контроль здійснюється у формі семестрового екзамену.

Максимальна кількість балів, яку здобувач може отримати під час екзамену - 40 балів. Мінімальна кількість балів, за якої екзамен вважається складеним, становить 25 балів.

Підсумкова оцінка за дисципліну визначається:

– для дисциплін з екзаменаційною формою підсумкова оцінка складається з суми всіх балів, отриманих під час поточного контролю та екзаменаційної оцінки.

Під час викладання навчальної дисципліни використовуються наступні контрольні заходи:

Поточний контроль: експрес-тести (оцінюється у 8 балів (два експрес-тести протягом семестру – загальна максимальна кількість балів – 16)); компетентнісно-орієнтовані завдання за темами (чотири компетентнісно-орієнтованих завдання по 6 балів кожне, загальна максимальна кількість балів – 24); презентація індивідуального завдання (оцінюється в 20 балів).

Семестровий контроль: екзамен (40 балів).

Більш детальну інформацію щодо системи оцінювання наведено в технологічній карті з навчальної дисципліни.

Приклад екзаменаційного білета та критерії оцінювання.

Приклад екзаменаційного білета

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ СЕМЕНА
КУЗНЕЦЯ

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Спеціальність 073 «Менеджмент»
Освітньо-професійна програма «Бізнес-адміністрування»
Навчальна дисципліна «Цифровий бізнес»

Теоретичні тести 1. Дайте відповідь на питання тесту (14 балів).

1. Повний перелік сфер, що підлягають цифровій трансформації, включає:
 - 1) Конкуренція, клієнти, дані, вартість та патенти.
 - 2) Клієнти, дані та інновації.
 - 3) Вартість, конкуренція, клієнти, дані та інновації.
 - 4) Клієнтські мережі, великі дані та інновації
2. Стратегічна теза «будувати платформи, а не тільки продукти» стосується сфери:
 - 1) Конкуренція.
 - 2) Дані.
 - 3) Інновації.
 - 4) Вартість.
3. Стратегія мережі клієнтів «бути швидше, бути простіше, бути скрізь, бути завжди увімкненим» найкраще підходить для наступної поведінки мережі клієнтів:
 - 1) Налаштування.
 - 2) Доступ.
 - 3) Відповідь на бажання.
 - 4) Підключення.
4. Зміни в стратегічних припущеннях від аналогової до цифрової епохи з точки зору переходу від наявності відмінностей між партнерами і конкурентами до розмитих відмінностей і конкурентів, а також переходу від наявності активів у фірмі до наявності активів, які знаходяться в мережах, пов'язані з наступною сферою цифрової трансформації:
 - 1) Клієнтські мережі.
 - 2) Конкуренція.
 - 3) Інновації.
 - 4) Кураторська пропозиція.
5. Три ключові характеристики платформ:
 - 1) Окремі типи клієнтів, пряма взаємодія та фасилітація.
 - 2) Вартість, конкуренція та клієнтські мережі.
 - 3) Кураторська пропозиція, конкуренція та інновації.
 - 4) Залучення, налаштування та персоналізація.
6. Відповідно до класифікації чотирьох типів платформ, такі платформи, як Uber та Airbnb, відносяться до:
 - 1) Платформа обміну.
 - 2) Система транзакцій.
 - 3) Медіа з рекламною підтримкою.
 - 4) Апаратний/програмний стандарт.
7. Платформи створюють мережеві ефекти. Коли вартість послуги зростає зі збільшенням кількості користувачів, це:
 - 1) Непрямий мережевий ефект.
 - 2) Прямий мережевий ефект.

- 3) Багатосторонній мережевий ефект.
 - 4) Напівпрямий мережевий ефект.
8. Спосіб, у який бізнес виробляє, управляє та використовує інформацію, охоплюється наступною сферою цифрової трансформації:
- 1) Вартість.
 - 2) Дані.
 - 3) Конкуренція.
 - 4) Точки перетину.
9. Ключовими типами даних для бізнес-стратегії є:
- 1) Дані бізнес-процесів, дані про продукти/послуги та дані про клієнтів.
 - 2) Мережеві дані, медіа-дані та дані конкурентів.
 - 3) Дані про прямі та непрямі ефекти.
 - 4) Відкриті дані, дані в реальному часі та неструктуровані дані.
10. Відмінними характеристиками великих даних НЕ є:
- 1) Структура.
 - 2) Вартість.
 - 3) Швидкість.
 - 4) Різноманітність.
11. Типи експериментів, що характеризуються дослідницьким характером та неформальним дизайном:
- 1) Конвергентний.
 - 2) Дивергентний.
 - 3) Причинно-наслідковий.
 - 4) Підтверджуючий.
12. Впровадження цифрового бізнесу вже існуючими МСП, як правило, є _____
- 1) Менше, ніж у великих компаніях.
 - 2) Більше, ніж у великих компаніях.
 - 3) Нарівні з великим бізнесом.
 - 4) Жодна з відповідей не підходить.
13. _____ описує спосіб ведення бізнесу для отримання прибутку та створення цінності.
- 1) Цифровий бізнес.
 - 2) Бізнес-модель.
 - 3) Електронна комерція.
 - 4) CRM.
14. IoT розшифровується як:
- 1) Інформація про речі.
 - 2) Вхідні та вихідні речі.
 - 3) Інтернет технологій.
 - 4) Інтернет речей.

Діагностичне завдання (12 балів)

Розробка бізнес-моделі для компанії Adidas.

Профіль компанії

Adidas - один з найсильніших спортивних брендів у світі. Відомий, перш за все, своїм асортиментом взуття, бренд також є виробником одягу та аксесуарів.

Бренди групи Adidas унікальним чином доповнюють один одного, допомагаючи спортсменам краще виступати, краще грати, краще почуватися.

Йдеться не лише про швидке взуття та модні тенденції. Так само, як взуття - це більше, ніж набивка та піна, це більше, ніж просто продукт. Усе, що ми робимо, підпорядковане одній простій думці: ми прагнемо допомогти вам досягти найкращих результатів..

Любов наших споживачів до бренду ґрунтується на надзвичайній пристрасті наших співробітників до спортивного способу життя. Завдяки відданості, завзяттю та командному духу ми постійно впроваджуємо інновації, встановлюючи нові орієнтири у всьому, що ми робимо. Сталий розвиток індустрії спортивних товарів - це більше, ніж робота. Це наш імпульс, позиція, яка дійсно близька нашим серцям. Це рухає нами.

Річний дохід - 12,64 млрд доларів на рік.

Інші бренди - Reebok, TaylorMade.

Оцінка компанії - 6 з 20.

Пов'язані товари - Спортивний одяг, кросівки.

Евристичне завдання (14 балів)

Розробити дорожню карту цифрової трансформації МСП, що працює у сфері логістики.

Критерії оцінювання

Підсумкові бали за екзамен складаються із суми балів за виконання всіх завдань, що округлені до цілого числа за правилами математик.

Теоретичні тести (максимальна кількість балів – 14).

Тестові завдання складаються з 14 тестів. За кожну правильну відповідь нараховується **1 бал**.

Діагностичне завдання (максимальна оцінка – 12 балів).

10 – 12 балів ставиться за повне засвоєння програмного матеріалу та вміння орієнтуватися в ньому, свідоме застосування знань для вирішення практичних ситуацій. При виконанні діагностичних завдань студент повинен зробити правильні висновки щодо запропонованої ситуації та сформулювати власну рекомендацію щодо вдосконалення проблеми. Оформлення виконаного завдання має бути охайним.

7 – 9 балів ставиться за повне засвоєння програмного матеріалу та вміння орієнтуватися в ньому, свідоме застосування знань для розв'язання задачі. Оформлення виконаного завдання має бути охайним.

4 – 6 балів ставиться за часткове вміння застосовувати теоретичні знання для вирішення практичних завдань, якщо завдання виконано частково; відповіді студента демонструють розуміння основних матеріальних положень курсу.

1 – 3 балів в ставиться за засвоєння більшої частини матеріалу, однак, якщо студент виконує завдання без достатнього розуміння застосування навчальних матеріалів і не може правильно виконати всі завдання.

0 балів ставиться за невиконання завдання в цілому.

Евристичне завдання (максимальна кількість балів – 14).

12 – 14 балів ставиться за глибокі знання програмного матеріалу, застосування для відповіді не тільки рекомендованої, а й додаткової літератури та творчий підхід, чітке володіння поняттями, методами, прийомами, інструментами, вміння використовувати їх для вирішення конкретних практичних завдань, розв'язання виробничих ситуацій. При виконанні евристичного завдання студент повинен надати виробничий варіант запропонованого рішення по ситуації і зробити відповідні висновки. Питання для проектування повинні бути чіткими, логічними та послідовними.

9 – 11 балів ставиться за повне засвоєння програмного матеріалу та вміння орієнтуватися в ньому, свідоме застосування знань для розв'язання евристичного завдання, якщо виконані всі вимоги, за наявності несуттєвих помилок (тобто підхід до розв'язання задачі вірний, але допущені неточності в розрахунках окремих параметрів), або не зовсім повне оформлення результатів, отриманих при розв'язанні задачі. Оформлення виконаного завдання має бути охайним.

6 – 8 балів ставиться за вміння застосовувати теоретичні знання для розв'язання евристичної задачі, якщо більшість завдань виконано, а відповідь студента продемонструвала розуміння понятійного матеріалу навчальної дисципліни.

3 – 5 балів ставиться за засвоєння більшої частини матеріалу, однак, якщо студент виконує евристичне завдання без достатнього розуміння використання навчальних матеріалів і не може правильно виконати всі завдання.

1 – 2 балів ставиться за часткове вміння застосовувати теоретичні знання для вирішення практичних завдань, за незасвоєння великого матеріалу, якщо студент не може правильно виконати завдання, стикається з багатьма труднощами при аналізі економічних явищ і процесів.

0 балів ставиться за невиконання завдання в цілому.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Lepeyko T. Basics of the Information Economy : textbook / T. Lepeyko, O. Mazorenko. – Kh. : Publishing House of KhNUE, 2013. – 140 p. – Access mode: <http://www.repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/11974>.

2. Digitalization of the economy: how to improve the country's competitiveness = Цифровізація економіки України: як підвищити конкурентоспроможність країни / edit. by V. P. Vishnevsky and S. I. Kniaziev. — Kyiv : Akadempriodyka, 2021. — 168 p.

Додаткова

4. Горобинська М. В. Зміна бізнес-моделей в умовах цифрової трансформації / М. В. Горобинська // Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики : матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 25 листопада 2022 р. : тези допов. - Харків: ФОП Лібуркіна, 2022. – С. 738-742. – Режим доступу : <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/28608>.

5. Маслов А.О. Інформаційна економіка: становлення, структура та теоретичне осмислення : монографія / А. О. Маслов. — Київ : Аграр Медіа Груп, 2012. — 431 с.

6. Проскурніна Н. В. Трансформація бізнес-моделей підприємств роздрібної торгівлі в умовах цифровізації / Н. В. Проскурніна. // Бізнес Інформ. - 2020. - №10. – С. 384-391. – Режим доступу : <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/24947>.

7. Цифровізація економіки України: трансформаційний потенціал: монографія / В. П. Вишневський, О. М. Гаркушенко, С. І. Князев та ін. ; за ред. В.П. Вишневського, С.І. Князева; Ін-т екон. пром-сті НАН України. — Київ : Академперіодика, 2020. — 187 с.

8. Chepeliuk M. I. Digital Transformation of Business Structures in Ukraine: The Barriers and Drivers / M. I. Chepeliuk // БізнесІнформ. – 2021. – № 8. – С. 48-

53. – Режим доступу : <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/27722>.

9. Mazorenko O. V. How Covid-19 pandemic boosts the European and Ukrainian electronic commerce / O. V. Mazorenko // [Електронний ресурс] Економіка та суспільство – 2021. – № 25. – Режим доступу : <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/25950>.

10. Zolkover A. Benefits and Risks of Digital Business Transformation: The Example of Eastern Europe Countries / A. Zolkover, I. Petrunenko, O. Iastremska et al. // Journal of Eastern European and Central Asian Research (JEECAR). – 2022. – Vol. 9. – № 2. – P. 344-356. – Режим доступу : <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/27386>.

Інформаційні ресурси

11. Економічна стратегія України 2030 // Український інститут майбутнього. – Режим доступу: <https://strategy.uifuture.org>.

12. Електронний каталог Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. – Режим доступу: www.nbuv.gov.ua.

13. Електронний каталог Харківської державної наукової бібліотеки імені В. Г. Короленка. – Режим доступу: <http://korolenko.kharkov.com>.