

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І  
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Кафедра управління та освітніх технологій

“ЗАТВЕРДЖУЮ”  
Декан гуманітарно-педагогічного факультету

Савицька І. М.

“ 21 ” травня 2022 р.



“СХВАЛЕНО”

на засіданні кафедри

Протокол № 12 від “26” травня 2022 р.

Завідувач кафедри

Кубицький С. О.

”РОЗГЛЯНУТО”

Гарант ОП «Управління персоналом»

Кубицький С. О.

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
«ВЛАСНА СПРАВА: СТВОРЕННЯ І ЗАПУСК ВЛАСНОГО  
ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ»  
(вибіркова дисципліна)**

спеціальність 073 Менеджмент

освітня програма «Управління персоналом»

факультет (ННІ) гуманітарно-педагогічний

розробники: Рябова Зоя Вікторівна, доктор педагогічних наук, професор,

професор кафедри управління та освітніх технологій

Київ – 2022 р.

## 1. Опис навчальної дисципліни

### «ВЛАСНА СПРАВА: СТВОРЕННЯ І ЗАПУСК ВЛАСНОГО ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ»

Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь		
Освітній ступінь	<i>Магістр</i>	
Спеціальність	<i>073 Менеджмент</i>	
Освітня програма	<i>Управління персоналом</i>	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	Вибіркова	
Загальна кількість годин	120	
Кількість кредитів ECTS	3	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота) (за наявності)	-	
Форма контролю	<i>Залік</i>	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки (курс)	1	
Семестр	2	
Лекційні заняття	15 год.	
Практичні, семінарські заняття	15 год.	
Лабораторні заняття	-	
Самостійна робота	90 год.	
Індивідуальні завдання	-	
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми навчання	2	

## 2. Мета, завдання та компетентності навчальної дисципліни

**Метою** є формування у здобувачів вищої освіти теоретичних основ та формування практичних навичок з питань створення та запуску інтернет-магазину.

**Завдання:** навчити здобувачів освіти використовувати теоретичні знання для започаткування та ведення власної справи і підвищення ефективності її функціонування.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

- **знати:** як створити власну справу: від бізнес-ідеї до її реалізації (створення проекту);
- бізнес-моделі; брендування; стратегії виходу на ринок тощо;
- процес створення та запуск інтернет-магазину;
- маркетингові технології в підприємницькій діяльності;
- процедуру покращення продуктів підприємницької діяльності (зокрема надання послуг);
- методи аналітичного оцінювання результатів підприємницької діяльності;
- **вміти:** застосовувати теоретичні знання для практичного створення власного інтернет-магазину;
- методи вивчення ринку, визначення власної ніші;
- обирати та використовувати стратегії виходу на ринок;
- формувати попит на власну продукцію (послуги) та просувати їх;
- проводити SWOT- та PEST- аналізи та інтерпретувати їх результати;
- знаходити стейкхолдерів та залучати їх до співпраці;
- володіти навичками комерційної успішності.

Набуття компетентностей:

### **загальні компетентності (ЗК):**

ЗК2. Здатність продукувати нові ідеї, системно мислити, проявляти креативність, гнучкість, вміння управляти часом.

ЗК3. Здатність використовувати набуті знання, розуміти предметну область та професію на практиці, бути відкритим до застосування знань з урахуванням конкретних ситуацій.

### **фахові компетентності спеціальності (ФК)**

ФК3. Здатність визначати економічні та правові умови функціонування організації, визначати потреби та напрями раціонального використання ресурсів організації.

ФК9. Здатність до ефективних комунікацій та до представлення складної комплексної інформації у стислій формі усно та/або письмово із використанням сучасних інформаційно-комунікаційні технології та відповідною діловою мовою, в тому числі іноземною

**Результати: програмні результати навчання (РН)**

РН6. Мислити креативно та критично, мати навички самоаналізу (самоменеджменту) та тайм-менеджменту, критично оцінювати наслідки продукованих ідей, розуміти детермінанти впливу на спілкування з представниками інших бізнес-культур та професійних груп різного рівня (з фахівцями з інших галузей знань/видів діяльності) на засадах цінування різноманітності, мультикультурності та поваги до них. РН7. Знати місце і значення управлінських систем у вирішенні проблем стійкого розвитку підприємств, установ, організацій в контексті забезпечення їх.

**3. Програма та структура навчальної дисципліни для:**

- повного терміну денної (заочної) форми навчання;
- скороченого терміну денної (заочної) форми навчання.

**МОДУЛЬ 1.**

***Тема 1. Власна справа.***

Нормативно-законодавча база підприємницької діяльності в Україні. Бізнес-ідея. Бізнес-моделі. Реалізація бізнес-ідеї. Як створити оригінальний бізнес. Стартап і як його розвивати. Бренд. Ребрендинг. Маркетингові технології. Стратегії виходу на ринок. Робота зі стейкхолдерами. Залучення фінансів (отримання грантів). Як використовувати теоретичні знання на практиці.

***Тема 2. Проектування інтернет-магазину.***

Характеристика успішного проекту. Визначення товару (послуги) для просування. SWOT- та PEST- аналізи, інтерпретація результатів. Вивчення конкурентного ринку та вибір власної ніші. Проектний менеджмент. Проектування інтернет-магазину. Аналіз та ідентифікація ризиків.

***Тема 3. Створення інтернет-магазину.***

Огляд платформ для створення інтернет магазинів. Їх порівняльна характеристика. Вибір платформи. Створення сайту. Брендкування. Чи потрібно мати мобільний застосунок? Семантичне ядро сайту. Етапи його складання та удосконалення. Підключення платіжних систем. Зворотній зв'язок зі споживачами.

***Тема 4. Логістика послуг (товарів).***

Поняття «логістика» та її місце в підприємницькій діяльності. Процес логістики послуг (товарів). Основні фактори, що впливають на якість логістики. Логістика послуг. Вирішення логістичних питань.

## МОДУЛЬ 2.

### **Тема 5. Маркетингові технології в просуванні товарів (послуг).**

Характеристика маркетингових технологій. Їх роль в просуванні товарів (послуг). Ефективні маркетингові інструменти продажу товарів (послуг). Цифровий маркетинг. Інструменти PR-діяльності для ефективного формування бренду. Crazy PR. Ambient media. Сторітейлінг. Амбасадори. Створення реклами на Facebook та в Google Ads.

### **Тема 6. Google-продукти для підприємницької діяльності.**

Нові цифрові можливості з Google. Продукти Google Cloud Platform для бізнесу. Ефективні рішення для бізнесу: пакет Google Workspace. Розширення бізнесу із Google Ads. Розміщення та пошук на Картах Google. Google Pay для бізнесу.

### **Тема 7. Оцінка результативності діяльності інтернет-магазину.**

Показники комерційної успішності. Методи аналітичного оцінювання результатів підприємницької діяльності. Аналіз результативності та ефективності діяльності інтернет-магазину. Процедура покращення продуктів підприємницької діяльності. Кваліметрія. Корекційні заходи.

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин													
	денна форма							Заочна форма						
	тижні	усього	у тому числі					усього	у тому числі					
			л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
Змістовий модуль 1.														
Тема 1. Власна справа		12	2	2			8							
Тема 2. Проектування інтернет-магазину		12	2	2			8							
Тема 3. Створення інтернет-магазину		12	2	2			8							

Тема 4. Логістика послуг (товарів).	12	2	2	8									
Разом за змістовим модулем 1	48	8	8	32									
Змістовий модуль 2.													
Тема 5. Маркетингові технології в просуванні товарів (послуг).	12	2	2	8									
Тема 6. Google-продукти для підприємницької діяльності.	12	2	2	8									
Тема 7. Оцінка результативності діяльності інтернет-магазину.	18	4	4	12									
Разом за змістовим модулем 2	42	8	8	28									
Усього годин	90	15	15	60									
Курсовий проект (робота) з _____ _____													
(якщо є в робочому навчальному плані)		-	-	-									
Усього годин	90	15	15	60									

#### 4. Теми семінарських занять

Не передбачено навчальним планом

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1		
2		
...		

### 5. Темы практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Маркетингові технології аналізу ринку.	2
2	Створення бренду. Ребрендинг.	2
3	Грантова діяльність. Залучення фінансів.	2
4	SWOT- та PEST- аналізи, інтерпретація результатів.	2
5	Створення реклами на Facebook та в Google Ads.	2
6	Розширення бізнесу із Google Ads.	2
7	Кваліметрія. Корекційні заходи щодо покращення діяльності інтернет-магазину.	3
	Разом	15

### 6. Темы лабораторних занять

Не передбачено навчальним планом

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1		
2		
...		

### 7. Контрольні питання, комплекти тестів для визначення рівня засвоєння знань студентами.

1. Нормативно-законодавча база підприємницької діяльності в Україні.
2. Бізнес-ідея. Що це я як її реалізувати.
3. Які існують бізнес-моделі?
4. Стартап і як його розвивати.
5. Бренд. Ребрендинг. Характеристика і коли їх необхідно використовувати.

6. Довести, що створення інтернет-магазину допоможе реалізувати бізнес-ідею.
7. Маркетингові технології. Їх характеристика та мета використання.
8. Стратегії виходу на ринок. Вибір ефективної стратегії.
9. Характеристика успішного бізнес-проекту.
10. SWOT- та PEST- аналізи в реалізації бізнес-проекту, інтерпретація результатів.
11. Механізми, методи вивчення конкурентного ринку та вибір власної ніші.
12. Аналіз та ідентифікація ризиків під час реалізації бізнес-проекту.
13. Платформи для інтернет-магазину. Їх порівняльна характеристика.
14. Структура інтернет-магазину.
15. Етапи створення інтернет-магазину.
16. Обґрунтуйте доцільність та мету створення інтернет-магазину.
12. Семантичне ядро сайту. Етапи його складання та удосконалення.
13. Поняття «логістика» та її місце в підприємницькій діяльності.
14. Характеристика маркетингових технологій. На якому етапі створення інтернет-магазину доцільно їх використовувати.
15. Цифровий маркетинг. Інструменти PR-діяльності для ефективного формування бренду.
16. Google-продукти для підприємницької діяльності.
17. Показники комерційної успішності. Для чого їх потрібно вивчати?
18. Аналіз результативності та ефективності діяльності інтернет-магазину.
19. Кваліметрія. Корекційні заходи щодо покращення діяльності інтернет-магазину.
20. Методи аналітичного оцінювання результатів підприємницької діяльності.
21. Процедура покращення продуктів підприємницької діяльності.

### **8. Тести для визначення рівня засвоєння знань студентами**

1. Продовжить речення, «Бізнес-ідея, це така ідея, що...»
  1. Необхідна для побудови нової компанії.
  2. Необхідна для започаткування підприємницької діяльності.
  3. Необхідна для утворення бізнесу.
  4. Усі попередні.
2. Продовжить речення, «Бізнес-моделі необхідні для...»
  1. Опису концептуальних основ бізнесу.
  2. Опису напрямів реалізації бізнес-ідеї.
  3. Опису діяльності компанії (підприємства).
  4. Опису ресурсів реалізації бізнес-ідеї.
3. Оберіть етапи створення бізнес-концепції:
  1. Вибір бізнес-ідеї.



2. Визначення організаційно-правових форм ведення бізнесу.
3. Обґрунтування необхідних ресурсів та визначення ризиків.
4. Аналіз ринку та визначення власної ніші.
5. Маркетингові заходи.
6. Моніторинг контенту споживачів.
7. Презентаційні заходи.
8. Усе вищезазначене.
9. Вищезазначене, але ще є етапи.
4. Бренд – це...
  1. Певний знак (символ), що визначає образ та унікальність товару.
  2. Певний знак (символ), що створює образ для просування товару.
  3. Певний знак (символ), що забезпечує реалізацію товару
  4. Усе вищезазначене.
5. Ребрендинг – це...
  1. Комплекс дій, що спрямовані на зміну іміджу компанії.
  2. Комплекс дій, що спрямовані на адаптацію бренда до ринку.
  3. Комплекс дій, що спрямовані на зміну образу компанії.
  4. Усе вищезазначене.
6. Створення інтернет-магазину чи допоможе в реалізації бізнес-ідеї?
  1. Так.
  2. Ні.
  3. Можливо за певних умов.
  4. Інше.
7. Обґрунтуйте Вашу думку щодо створення інтернет-магазину для реалізації бізнес-ідеї \_\_\_\_\_
8. Оберіть мету використання маркетингових технологій
  1. Визначення цільової аудиторії.
  2. Визначення власної ніші на ринку.
  3. Визначення потреб споживачів.
  4. Усе вищезазначене.
9. SWOT-аналіз необхідно використовувати для...
  1. Для визначення ресурсного забезпечення бізнесу.
  2. Для визначення слабких та сильних сторін бізнесу.
  3. Для визначення стейхолдерів бізнес-діяльності.
  4. Для визначення результативності діяльності.
10. Позначте структурні компоненти інтернет-магазину:
  1. Два компоненти: SEO структура та функціональна.
  2. Два компоненти: SEO структура та інформативна.
  3. Два компоненти: SEO структура та зворотного зв'язку.
  4. Два компоненти: SEO структура та цифрова.

11. Оберіть компоненти SEO структури.
  1. Категорії товарів.
  2. Товари.
  3. Інформація.
  4. Бренди.
  5. Статті.
  6. Усе вищезазначене.
  7. Інше.
12. Семантичне ядро сайту – це...
  1. Упорядкований набір слів, що найбільш точно характеризує зміст сайту.
  2. Упорядкований набір слів, що характеризує бренд товарів та послуг.
  3. Упорядкований набір слів, що характеризує бізнес-діяльність компанії.
  4. Упорядкований набір слів, що характеризує уявлення споживачів.
13. Логістика – це...
  1. Основний інструмент ринкової економіки, що досліджує процеси просування товарів, послуг.
  2. Наука про організацію, рух і покращення матеріальних та інформаційних потоків.
  3. Наука про організацію процесу просування інформації, товарів, послуг, ресурсів та ін.
  4. Основний інструмент управління матеріальними, інформаційними, фінансовими потоками.
14. Цифровий маркетинг забезпечує
  1. Взаємодію із клієнтами та бізнес-партнерами засобами ІТ-технологій.
  2. Зворотній зв'язок зі стейкхолдерами шляхом інформаційних потоків.
  3. Взаємодію між бізнес-структурами урахуваючи можливості інтернет.
  4. Зворотній зв'язок про успішність використання товарів та послуг.
15. Методи цифрового маркетингу є...
  1. Контекстна реклама.
  2. Соціальний медіамаркетинг.
  3. Вірусний маркетинг.
  4. Мобільний маркетинг.
  5. Оптимізація для соціальних мереж.
  6. Оптимізація сайту в пошукових системах
  6. Усе вищезазначене.

16. Google-продукти забезпечують:
  1. Спільну роботу в режимі реального часу.
  2. Створення єдиного середовища бізнесу.
  3. Демонстрацію та просування товарів.
  4. Впорядковують планування бізнесу.
17. До методів аналітичного оцінювання результатів підприємницької діяльності відносяться:
  1. Проектний аналіз.
  2. Аудит.
  3. Функціонально-вартісний аналіз.
  4. Економічний аналіз.
18. Показники комерційної успішності (KPI):
  1. Цільові показники.
  2. Процесні показники.
  3. Проектні показники.
  4. Якісні показники.
19. Кваліметрія як наука кількісного відображення якості товарів (послуг) ґрунтується на:
  1. Процесному моделюванні цільових показників якості товарів (послуг).
  2. Факторно-критеріальному моделюванні показників якості товарів (послуг).
  3. Проектному моделюванні показників якості товарів (послуг).
  4. Процесному моделюванні цільових показників якості товарів (послуг).

## **9. Методи навчання.**

Методами навчання є способи спільної діяльності й спілкування викладача і здобувачів вищої освіти, що забезпечують вироблення позитивної мотивації навчання, оволодіння системою професійних знань, умінь і навичок, формування наукового світогляду, розвиток пізнавальних сил, культури розумової праці майбутніх фахівців.

Під час навчального процесу використовуються наступні методи навчання:

*Залежно від джерела знань:* словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог); наочні (демонстрація, ілюстрація); практичні (рішення задач, ділові ігри).

*За характером пізнавальної діяльності:* пояснювально-наочний проблемний виклад; частково-пошуковий та дослідницький методи.

*За місцем в навчальній діяльності:*

- методи організації й здійснення навчальної діяльності, що поєднують словесні, наочні і практичні методи; репродуктивні й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача й методи самостійної роботи здобувачів вищої освіти;

- методи стимулювання й мотивації навчальної роботи, що включають пізнавальні ігри, навчальні дискусії, рольові ситуації;

- методи контролю й самоконтролю за навчальною діяльністю: методи усного, письмового контролю; індивідуального й фронтального, тематичного і систематичного контролю.

У процесі викладання навчальної дисципліни для активізації навчально-пізнавальної діяльності здобувачів вищої освіти передбачено застосування таких навчальних технологій:

- *робота в малих групах* дає змогу структурувати практично-семінарські заняття за формою і змістом, створює можливості для участі кожного здобувача вищої освіти в роботі за темою заняття, забезпечує формування особистісних якостей та досвіду соціального спілкування;

- *семінари-дискусії* передбачають обмін думками і поглядами учасників з приводу даної теми, а також розвивають мислення, допомагають формувати погляди і переконання, вміння формулювати думки й висловлювати їх, вчать оцінювати пропозиції інших людей, критично підходити до власних поглядів;

- *мозкові атаки* – метод розв'язання невідкладних завдань, сутність якого полягає в тому, щоб висловити як найбільшу кількість ідей за обмежений проміжок часу, обговорити і здійснити їх селекцію;

- *кейс-метод* – метод аналізу конкретних ситуацій, який дає змогу наблизити процес навчання до реальної практичної діяльності фахівців і передбачає розгляд виробничих, управлінських та інших ситуацій, складних конфліктних випадків, проблемних ситуацій, інцидентів у процесі вивчення навчального матеріалу;

- *презентації* – виступи перед аудиторією, що використовуються для подання певних досягнень, результатів роботи групи, звіту про виконання індивідуальних завдань, інструктажу, демонстрації;

- *дидактичні ігри* – метод імітації (наслідування, відображення) ухвалення управлінських рішень в різноманітних ситуаціях згідно правил, які вже розроблено або формуються самими учасниками, реалізується через самостійне вирішення здобувачами вищої освіти поставленої проблеми за умови недостатності необхідних знань, коли є потреба самостійно опанувати новий зміст або шукати нові зв'язки в уже засвоєному матеріалі;

- *банки візуального супроводу* сприяють активізації творчого сприйняття змісту дисципліни за допомогою наочності.

#### **10. Форми контролю.**

Основними формами організації навчання під час вивчення дисципліни «Власна справа: створення і запуск власного інтернет-магазину» є лекції, практичні (семінарські) заняття, консультації, самостійна робота здобувачів вищої освіти.

Відповідно до вище зазначених форм організації навчання формами контролю засвоєння програми є: самоконтроль, написання модульних контрольних робіт, реферату, виконання індивідуальних практичних завдань та іспит за період вивчення дисципліни.

Контрольні заходи, які проводяться в університеті визначають відповідність рівня набутих студентами знань, умінь та навичок вимогам нормативних документів щодо вищої освіти і забезпечують своєчасне коригування навчального процесу.

Відповідно до «Положення про екзамени та заліки у Національному університеті біоресурсів і природокористування України» затвердженого вченою радою НУБіП України 27 грудня 2019 року, протокол № 5, видами контролю знань здобувачів вищої освіти є поточний контроль, проміжна та підсумкова атестації.

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних, лабораторних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувачів вищої освіти до виконання конкретної роботи.

Проміжна атестація проводиться після вивчення програмного матеріалу кожного змістового модуля. Навчальний матеріал дисциплін, які викладаються протягом одного семестру – осіннього чи весняного, поділяється лекторами на *два-три змістові модулі*.

Проміжна атестація має визначити рівень знань здобувачів вищої освіти з програмного матеріалу змістового модуля (рейтингова оцінка із змістового модуля), отриманих під час усіх видів занять і самостійної роботи.

Форми та методи проведення проміжної атестації, засвоєння програмного матеріалу змістового модуля розробляються викладачем дисципліни і затверджується відповідною кафедрою у вигляді тестування, письмової контрольної роботи, колоквіуму, результату експерименту, що можна оцінити чисельно, розрахункової чи розрахунково-графічної роботи тощо.

Засвоєння здобувачем вищої освіти програмного матеріалу змістового модуля вважається успішним, якщо рейтингова оцінка його становить не менше, ніж 60 балів за 100-бальною шкалою.

Після проведення проміжних атестацій з двох змістових модулів і визначення їх рейтингових оцінок лектором дисципліни визначається рейтинг здобувача вищої освіти з навчальної роботи  $R_{НР}$  (не більше 70 балів) за формулою:

$$R_{НР} = \frac{0,7 \cdot (R_{ЗМ}^{(1)} \cdot K_{ЗМ}^{(1)} + \dots + R_{ЗМ}^{(n)} \cdot K_{ЗМ}^{(n)})}{K_{Дис}}, \quad (1)$$

де  $R_{ЗМ}^{(1)}, \dots, R_{ЗМ}^{(n)}$  – рейтингові оцінки із змістових модулів за 100-бальною шкалою;

$n$  – кількість змістових модулів;

$K_{ЗМ}^{(1)}, \dots, K_{ЗМ}^{(n)}$  – кількість кредитів Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи (ЄКТС) (або годин), передбачених робочим навчальним планом для відповідного змістового модуля;

$K_{дис} = K_{ЗМ}^{(1)} + \dots + K_{ЗМ}^{(n)}$  – кількість кредитів ЄКТС (або годин), передбачених робочим навчальним планом для дисципліни у поточному семестрі.

Формулу (1) можна спростити, якщо прийняти  $K_{ЗМ}^{(1)} = \dots = K_{ЗМ}^{(n)}$ . Тоді вона буде мати вигляд

$$R_{НР} = \frac{0,7 \cdot (R_{ЗМ}^{(1)} + \dots + R_{ЗМ}^{(n)})}{n} \quad (2)$$

Рейтинг здобувача вищої освіти з навчальної роботи округлюється до цілого числа.

На рейтинг з навчальної роботи можуть впливати рейтинг з додаткової роботи та рейтинг штрафний.

Рейтинг з додаткової роботи додається до рейтингу з навчальної і не може перевищувати 20 балів. Він визначається лектором і надається здобувачам вищої освіти рішенням кафедри за виконання робіт, які не передбачені навчальним планом, але сприяють підвищенню рівня їх знань з дисципліни.

Максимальна кількість балів (20) надається здобувачу вищої освіти за:

- отримання диплому I-го ступеню переможця студентської наукової конференції навчально-наукового інституту чи факультету (коледжу) з відповідної дисципліни;
- отримання диплому переможця (I, II чи III місце) II-го етапу Всеукраїнської студентської олімпіади з дисципліни чи спеціальності (напрямку підготовки) у поточному навчальному році;
- отримання диплому (I, II чи III ступеню) переможця Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з відповідної дисципліни у поточному навчальному році;
- авторство (співавторство) у поданій заявці на винахід чи отриманому патенті України з відповідної дисципліни;
- авторство (співавторство) у виданій науковій статті з відповідної дисципліни;
- виготовлення особисто навчального стенду, макету, пристрою, приладу; розробка комп'ютерної програми (за умови, що зазначене використовується в освітньому процесі при викладанні відповідної дисципліни).

Рейтинг штрафний не перевищує 5 балів і віднімається від рейтингу з навчальної роботи. Він визначається лектором і вводиться рішенням кафедри для здобувачів вищої освіти, які невчасно засвоїли матеріали

змістових модулів, не дотримувалися графіка роботи, пропускали заняття тощо.

Підсумкова атестація включає семестрову та державну атестацію здобувачів вищої освіти.

Семестрова атестація проводиться у формах семестрового екзамену або семестрового заліку з конкретної навчальної дисципліни.

**Семестровий екзамен** (далі – **екзамен**) – це форма підсумкової атестації засвоєння здобувачем вищої освіти теоретичного та практичного матеріалу з навчальної дисципліни за семестр.

**Семестровий залік** (далі – **залік**) – це форма підсумкової атестації, що полягає в оцінці засвоєння здобувачем вищої освіти теоретичного та практичного матеріалу (виконаних ним певних видів робіт на практичних, семінарських або лабораторних заняттях та під час самостійної роботи) з навчальної дисципліни за семестр.

**Диференційований залік** – це форма атестації, що дозволяє оцінити виконання та засвоєння здобувачем вищої освіти програми навчальної чи виробничої практики, підготовки та захисту курсової роботи (проекту).

Здобувачі вищої освіти зобов'язані складати екзамени і заліки відповідно до вимог робочого навчального плану у терміни, передбачені графіком освітнього процесу. Зміст екзаменів і заліків визначається робочими навчальними програмами дисциплін.

**Розподіл балів, які отримують студенти.** Оцінювання знань студента відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 «Положення про екзамени та заліки у НУБіП України» (наказ про уведення в дію від 27.12.2019 р. № 1371)

Рейтинг студента, бали	Оцінка національна за результати складання	
	екзаменів	заліків
90-100	Відмінно	Зараховано
74-89	Добре	
60-73	Задовільно	
0-59	Незадовільно	Не зараховано

Для визначення рейтингу студента (слухача) із засвоєння дисципліни  $R_{\text{дис}}$  (до 100 балів) одержаний рейтинг з атестації (до 30 балів) додається до рейтингу студента (слухача) з навчальної роботи  $R_{\text{НР}}$  (до 70 балів):  $R_{\text{дис}} = R_{\text{НР}} + R_{\text{ат}}$ .

## 11. Методичне забезпечення

1. Робоча програма навчальної дисципліни «Власна справа: створення і запуск власного інтернет-магазину» для здобувачів вищої освіти денної форми навчання.

2. Навчальні мультимедійні презентації.

3. Електронний навчальний курс

4. Навчальний портал НУБіП України.

## 12. Рекомендована література:

1. 150+ бізнес-ідей для заснування власної справи [електронний ресурс]. Режим доступу: <https://business.diia.gov.ua/idea>

2. Власна справа – поради для молодих підприємців [електронний ресурс]. Режим доступу: <https://careerhub.in.ua/skillslab-my-business/>

3. Інструменти та методи інтернет-маркетингу для малого та середнього бізнесу [електронний ресурс]. Режим доступу: <https://cutt.ly/a9MKtHp>

4. Працюйте ще продуктивніше в єдиному середовищі [електронний ресурс]. Режим доступу: <https://workspace.google.com/intl/uk/features/>

5. Проектування інтернет-магазину [електронний ресурс]. Режим доступу: <https://brander.ua/what-we-offer/e-commerce/proektuvannya-internet-magazinu>

6. Розмістіть рекламу в Google [електронний ресурс]. Режим доступу: [https://www.google.com/intl/uk\\_ua/services/#?modal\\_active=none](https://www.google.com/intl/uk_ua/services/#?modal_active=none)

7. Розширюйте бізнес із Google Ads [електронний ресурс]. Режим доступу: [https://ads.google.com/intl/uk\\_ua/home/](https://ads.google.com/intl/uk_ua/home/)

8. Рябова З. В. Маркетинг і логістика освітніх послуг / З. В. Рябова // Адаптивне управління: теорія і практика: Електронне наукове фахове видання, серія «Педагогіка». – Випуск 3 (5), 2018. Режим доступу: <https://amtp.org.ua/index.php/journal/issue/view/2/29>

9. Топ-10 інструментів інтернет-маркетингу: як просувати бізнес онлайн [електронний ресурс]. Режим доступу: <https://para.school/blog/marketing/top-10-instrymentov-internet-marketinga>

10. Як самостійно зібрати семантичне ядро за допомогою Serpstat [електронний ресурс]. Режим доступу: <https://cutt.ly/k9MJwqL>

### Інформаційні ресурси:

1. Наукова бібліотека НУБіП України  
<https://nubip.edu.ua/structure/library>

2. Навчальний портал НУБіП України (<https://elearn.nubip.edu.ua>).  
Електронний навчальний курс: <https://elearn.nubip.edu.ua/>