

СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ ВІЛЬНОГО ВИБОРУ ЗДОБУВАЧІВ

«ЦИФРОВІ НАУКОВІ КОМУНІКАЦІЇ В МАРКЕТИНГУ»

Лектор курсу	Виноградова Олена Володимирівна , доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу
Контактна інформація лектора (e-mail)	o.vynogradova@duikt.edu.ua
Сторінка курсу в Google Classroom	https://classroom.google.com/c/NzA3NTE3MjEyMDAw?cjc=jjx24db
Вид контролю	Диф.залік

Дисципліна вільного вибору здобувачів

Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:				
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка
	3	90	18	-	18	-	54

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Мета курсу:	формування цифрової компетентності та навчання особливостям використання цифрових технологій у наукових комунікаціях у маркетингу
--------------------	---

В результаті вивчення дисципліни здобувач має знати	В результаті вивчення дисципліни здобувач має вміти
— основні поняття: «комунікація» (універсальне, технічне, біологічне, соціальне значення), «комунікативна система», «комунікативний простір», «комунікативна мережа», «комунікативна діяльність», «комунікативний процес», «комунікативний потік», «комунікативні відносини», «наукова комунікація»; специфіку наукових комунікацій, їх основних понять, норм та принципів в сфері маркетингу — формати цифрового контенту; основні етапи еволюції каналів цифрових комунікацій; основні тренди розвитку цифрових комунікацій. — структурні елементи та архітектуру системи наукових комунікацій у глобальному й локальному академічному середовищі; роль університетів, науково-дослідних інституцій, бізнес-структур та професійних асоціацій у формуванні мереж знань; механізми взаємодії науки, освіти та маркетинг-практики — класифікацію формальних (фахова періодика, монографії, збірники конференцій) та неформальних (професійні спільноти, академічні блоги, мережі на kшталт ResearchGate, LinkedIn) каналів комунікації.; концепція неформальних процесів наукової комунікації за Д. Прайсом («невидимі коледжі») — зміст, завдання, етапи та методи науково-інформаційної діяльності в умовах цифрової трансформації; технології аналітико-синтетичної переробки інформації (реферування, анотування, огляди, дайджести); — сутність поняття «цифрові комунікації», феномен мультимодальності цифрових комунікацій (поєднання тексту, візуалу, аудіо, інтерактиву); формати сучасного цифрового контенту та ключові етапи еволюції каналів цифрових комунікацій; актуальні тренди розвитку цифрових комунікацій у глобальному середовищі та в Україні (штучний інтелект, персоналізація, інтерактивність, омніканальність); — сутність і складові інтегрованих цифрових комунікацій в маркетинговій діяльності; система інструментальних (технологічних) та змістовних (ціннісних, етичних) принципів цифрових комунікацій; особливості неформальної наукової комунікації засобами Інтернету	— оперувати понятійно-категорійним апаратом наукової комунікації; використовувати наукову та спеціальну термінологію в науково-практичній діяльності — оцінювати стан і результативність вітчизняних та зарубіжних досліджень із проблематики наукових комунікацій; застосовувати системний підхід і конкретні методи наукового пізнання для донесення професійних знань, власних обґрунтувань і висновків до фахівців і широкого загалу — ефективно використовувати інструменти електронної наукової комунікації та цифрові платформи для самопрезентації в науковому середовищі; організовувати онлайн/гібридні науково-практичні та методичні заходи (вебінари, круглі столи) задля розширення професійних наукових зв'язків — здійснювати пошук, критичний відбір, систематизацію та аналітико-синтетичну переробку великих масивів науково-технічної інформації; продукувати нові ідеї та розв'язувати комплексні науково-дослідні проблеми у сфері маркетинг-комунікацій — ідентифікувати та критично оцінювати тренди цифрових комунікацій у маркетинговій практиці та наукових дослідженнях; аналізувати поведінку споживачів і специфіку споживання інтернет-контенту за допомогою аналітичних інструментів. — розрізняти та комплексно застосовувати інструментальні й змістовні принципи цифрових комунікацій у просуванні наукових і бізнес-проектів; проектувати комунікаційні кампанії з урахуванням специфіки цифрового середовища маркетингу — застосовувати принципи формування ефективного контенту та соціального доказу в онлайн-середовищі, можливості раціональних та емоційних мотивів у креативі під час цифрової комунікації. — здійснювати професійну типологізацію комунікаційних каналів для конкретного наукового чи маркетингового продукту; обґрунтовувати вибір

– що таке комунікаційний контент, головні принципи формування ефективного контенту в онлайн-середовищі, специфіку раціональних та емоційних мотивів у креативі, сторітелінг та його можливості у галузі промоції, принципи соціального доказу та їхню роль у комунікаціях – сучасні вимоги до ефективності цифрових каналів комунікації; підходи до типологізації комунікаційних каналів; концепція моделі PESO (Paid, Earned, Shared, Owned media); особливості власних, запозичених/оплачуваних та здобутих медіа в науковому та бізнес-просуванні. – що таке комунікаційний контент, головні принципи формування ефективного контенту в онлайн-середовищі, специфіку раціональних та емоційних мотивів у креативі, сторітелінг та його можливості у галузі промоції, принципи соціального доказу та їхню роль у комунікаціях – сучасні стандарти організації та проведення наукових презентацій; інструменти штучного інтелекту (Gamma, Tome, ChatGPT тощо) як помічники у структуруванні матеріалу, створенні візуального супроводу та перекладі; техніки публічного онлайн-виступу, правила візуалізації даних (Data Visualization) у слайдах.	вебсайтів, блогів установ та соціальних платформ як ефективних каналів комунікації. – застосовувати принципи формування ефективного контенту та соціального доказу в онлайн-середовищі, можливості раціональних та емоційних мотивів у креативі під час цифрової комунікації. – впевнено користуватися засобами електронної презентації наукового виступу (MS PowerPoint, обласні вебдодатки, платформи ШІ); захищати результати науково-дослідної роботи перед аудиторією в онлайн- та офлайн-форматах, дотримуючись регламенту й правил академічної презентації.
---	---

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ		
Тема, опис теми	Вид заняття	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
Розділ 1 «ОСНОВИ НАУКОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ»		
Тема 1. Поняттєвий апарат наукової комунікації. Знати: основні поняття: «комунікація» (універсальне, технічне, біологічне, соціальне значення), «комунікативна система», «комунікативний простір», «комунікативна мережа», «комунікативна діяльність», «комунікативний процес», «комунікативний потік», «комунікативні відносини», «наукова комунікація»; специфіку наукових комунікацій, їх основних понять, норм та принципів в сфері маркетингу Вміти: оперувати понятійно-категорійним апаратом наукової комунікації; використовувати наукову та спеціальну термінологію в науково-практичній діяльності Рекомендовані джерела: 1 – 9 Оцінювання за тему = 11 балів	Лекція 1 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 1 2 год.	Усне опитування, навчально-наукова дискусія «Поняття «комунікація», «інформація», «інформаційний обмін» в працях Н. Вінера, К. Шеннона, У. Ешбі» Комунікація як трансмісія, комунікація як розуміння, комунікація як вплив, комунікація як поєднання, комунікація як інтеракція, комунікація як обмін, комунікація як компонент суспільних процесів.
	Самостійна робота 6 год.	1. Ознайомитися із загальними положеннями Закону України «Про наукову і науково-технічну діяльність». Зробити конспект положень, що стосуються наукових комунікацій 2. Зробити доповідь на одну з тем: Міжнародна комунікативна асоціація, Національна комунікативна асоціація США, Європейський комунікативний конгрес. Видання наукових журналів, присвячених комунікації. 3. Аналітичний кейс: Зробити порівняльну таблицю трактування поняття «наукова комунікація» у вітчизняній та західній науковій літературі.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 1	<i>Академічна доброчесність.</i> (Prometheus) — для розуміння етичних норм наукової комунікації. <i>Академічна англійська.</i> (Academic English)* (Coursera / University of Pennsylvania) — для засвоєння термінології міжнародного рівня.	
Тема 2. Система наукових комунікацій Знати: структурні елементи та архітектоніку системи наукових комунікацій у глобальному й локальному академічному середовищі; роль університетів, науково-дослідних інституцій, бізнес-структур та професійних асоціацій у формуванні мереж знань; механізми взаємодії науки, освіти та маркетинг-практики	Лекція 2 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 2 2 год.	Усне опитування, тестування, навчально-наукова дискусія «Інформаційно-системний етап у розвитку уявлень про наукові комунікації, формування нового вчення про комплексний характер наукових комунікацій як системи».
	Самостійна робота	Зробити доповідь на одну з тем:

<u>Вміти:</u> оцінювати основні вітчизняні та зарубіжні дослідження з наукових комунікацій; застосовувати основні наукові принципи та конкретні методи для донесення професійних знань, власних обґрунтувань і висновків до фахівців і широкого загалу <u>Рекомендовані джерела:</u> 1 – 9 Оцінювання за тему = 11 балів	6 год.	Науково-інформаційний дискурс як функціонально спеціалізований різновид наукової та професійної комунікації. Особливості системи наукових комунікацій Проектне завдання: Розробити карту-схему (інфографіку) взаємозв'язків суб'єктів системи наукових комунікацій у сфері сучасного маркетингу.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 2	<u>Основи наукових досліджень</u> на платформах Prometheus / EdEra	
Тема 3. Канали наукових комунікацій <u>Знати:</u> класифікацію формальних (фахова періодика, монографії, збірники конференцій) та неформальних (професійні спільноти, академічні блоги, мережі на кшталт ResearchGate, LinkedIn) каналів комунікації.; концепція неформальних процесів наукової комунікації за Д. Прайсом («невидимі коледжі»). <u>Вміти:</u> ефективно використовувати інструменти електронної наукової комунікації та цифрові платформи для самопрезентації в науковому середовищі; організовувати онлайн/гібридні науково-практичні та методичні заходи (вебінари, круглі столи) задля розширення професійних наукових зв'язків <u>Рекомендовані джерела:</u> 1 – 9 Оцінювання за тему = 11 балів	Лекція 3 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 3 2 год.	Усне опитування, тестування, навчально-наукова дискусія «Науково-дослідні інституції, їх вплив на формування системи фахових комунікацій через науково-дослідну, освітню, просвітницьку діяльність, опублікування результатів досліджень, організацію галузевих конференцій, нарад, виставок, видання фахових часописів, налагодження системи підвищення кваліфікації».
	Самостійна робота 5 год.	Оформити власний дослідницький профіль на платформах Google Scholar, ORCID та ResearchGate, дотримуючись міжнародних стандартів Зробити доповідь на одну з тем: Фахова періодика як ключовий канал формальної наукової/професійної комунікації. Неформальна комунікація засобами Інтернету: інтернет-конференції, вебінари, блоги, форуми і чати з обговорення фахових питань, діалог за допомогою Неформальні процеси наукової комунікації за Д. Прайсом. електронної пошти.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 3	<u>Цифрові видавництва та наукометрія дослідника</u> (Scopus/Web of Science).	
Тема 4. Науково-інформаційна діяльність як складова системи наукових комунікацій <u>Знати:</u> зміст, завдання, етапи та методи науково-інформаційної діяльності в умовах цифрової трансформації; технології аналітико-синтетичної переробки інформації (реферування, анотування, огляди, дайджести). <u>Вміти:</u> здійснювати пошук, критичний відбір, систематизацію та аналітико-синтетичну переробку великих масивів науково-технічної інформації; продукувати нові ідеї та розв'язувати комплексні науково-дослідні проблеми у сфері маркетинг-комунікацій <u>Рекомендовані джерела:</u> 1 – 9 Оцінювання за тему = 12 балів	Лекція 4 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 4 2 год.	Тренінг. Усне опитування, тестування, навчально-наукова дискусія «Підпорядкування процесів наукової комунікації, в т. ч. і науково- інформаційної діяльності, об'єктивним закономірностям, властивим цим процесам як соціальним явищам» «Проблеми науково-інформаційного забезпечення науки».
	Самостійна робота 9 год.	Підготувати оглядову (аналітичну) довідку або літературний огляд (Literature Review) за актуальною темою сучасного маркетингу на основі 10–15 закордонних джерел. Зробити доповідь на одну з тем: Основні види аналітико-синтетичної переробки наукових документів та інформації в сфері науково-інформаційної діяльності. Характеристика наукової комунікаційної діяльності університету
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 4	<u>Інформаційна гігієна</u> . Як розпізнавати брехню в соцмережах та дезінформацію. (Prometheus / EdEra).	
Розділ 2 «ЦИФРОВІЗАЦІЯ НАУКОВИХ КОМУНІКАЦІЙ. ОСОБЛИВОСТІ ЦИФРОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В МАРКЕТИНГУ»		

Тема 5. Сутність, еволюція і сучасні тренди цифрових комунікацій Знати: сутність поняття «цифрові комунікації», феномен мультимодальності цифрових комунікацій (поєднання тексту, візуалу, аудіо, інтерактиву); формати сучасного цифрового контенту та ключові етапи еволюції каналів цифрових комунікацій; актуальні тренди розвитку цифрових комунікацій у глобальному середовищі та в Україні (штучний інтелект, персоналізація, інтерактивність, омніканальність). Вміти ідентифікувати та критично оцінювати тренди цифрових комунікацій у маркетинговій практиці та наукових дослідженнях; аналізувати поведінку споживачів і специфіку споживання інтернет-контенту за допомогою аналітичних інструментів. Рекомендовані джерела: 1 – 9 Оцінювання за тему = 11 балів	Лекція 5 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 5 2 год.	Усне опитування. Навчально-наукова дискусія «Особливості споживання інтернет-контенту в Україні та світі»
	Самостійна робота 6 год.	ТПідготувати мініпроект-презентацію «Топ-5 трендів цифрових комунікацій у маркетингових дослідженнях на поточний рік». Зробити доповідь на одну з тем: Основні тренди розвитку цифрових комунікацій. Особливості споживання інтернет-контенту в Україні та світі
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 5	<i>Основи цифрового маркетингу»</i> на платформі Google Skillshop / Prometheus	
Тема 6.. Цифрові наукові комунікації в маркетингу та принципи управління ними Знати: сутність і складові інтегрованих цифрових комунікацій в маркетинговій діяльності; система інструментальних (технологічних) та змістовних (ціннісних, етичних) принципів цифрових комунікацій; особливості неформальної наукової комунікації засобами Інтернету Вміти: розрізняти та комплексно застосовувати інструментальні й змістовні принципи цифрових комунікацій у просуванні наукових і бізнес-проектів; проектувати комунікаційні кампанії з урахуванням специфіки цифрового середовища маркетингу Рекомендовані джерела: 1 – 9 Оцінювання за тему = 11 балів	Лекція 6 2 год.	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 6 2 год.	Усне опитування. Навчально-наукова дискусія « Чим відрізняються інструментальні та змістовні принципи цифрових комунікацій в маркетингу?» Кейс-метод: Розробити матрицю порівняння інструментальних і змістовних принципів на прикладі комунікаційної стратегії провідної наукової установи чи маркетинг-агентства.
	Самостійна робота 6 год.	Зробити доповідь на одну з тем: Чим відрізняються інструментальні та змістовні принципи цифрових комунікацій. Приклади застосування змістовних і принципів цифрових комунікацій. Розкрийте сутність неформальної наукової комунікації засобами Інтернету.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 6	<i>Маркетинг: цифрова ера</i> або курси зі стратегічного управління маркетинговими комунікаціями (Coursera).	
Тема 7. Типологія каналів цифрової комунікацій Знати: вимоги до каналів комунікації; підходи до типологізації комунікаційних каналів; суть моделі PESO; типологію каналів комунікації за розподілом власних і запозичених каналів. Вміти: здійснювати професійну типологізацію комунікаційних каналів для конкретного наукового чи маркетингового продукту; обґрунтовувати вибір вебсайтів, блогів установ та соціальних платформ як ефективних каналів комунікації. Рекомендовані джерела: 1 – 9 Оцінювання за тему = 11 балів	Лекція 7 2 год.	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 7 2 год.	Усне опитування. Навчально-наукова дискусія «Особливості блогу установи як каналу комунікації». Практичне моделювання: Сформулювати комунікаційний мікс за моделям PESO для просування результатів наукового маркетингового дослідження або бренду кафедри.
	Самостійна робота 5 год.	Зробити доповідь на одну з тем: На прикладах обґрунтувати особливості веб-сайту установ як каналу комунікації. Специфіка раціональних та емоційних мотивів у креативі на прикладах. Сторітелінг та його можливості у галузі промоції на прикладах.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 7	<i>SMM-менеджмент</i> або курси з управління соціальними медіа та медіапланування (Prometheus / Projector).	
	Лекція 8	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів

Тема 8 . Роль контенту в промоції. Принципи промоції у соціальних медіа та співпраця із блогерами <u>Знати:</u> що таке комунікаційний контент, головні принципи формування ефективного контенту в онлайн-середовищі, специфіку раціональних та емоційних мотивів у креативі, сторітелінг та його можливості у галузі промоції, принципи соціального доказу та їхню роль у комунікаціях <u>Вміти:</u> застосовувати принципи формування ефективного контенту та соціального доказу в онлайн-середовищі, можливості раціональних та емоційних мотивів у креативі під час цифрової комунікацій. <u>Рекомендовані джерела:</u> 1 – 9 Оцінювання за тему = 11 балів	2 год.	
	Практичне заняття 8 2 год.	Усне опитування. Навчально-наукова дискусія «Основні засоби раціонального та емоційного впливу комунікацій»
	Самостійна робота 6 год.	Творче завдання (Креатив-лабораторія): Написати пост-сторітелінг або розробити контент-план наукового блогу з використанням елементів сторітелінгу та соціального доказу Зробити доповідь на одну з тем: Сторітелінг та його можливості у галузі промоції. Принципи соціального доказу та їх роль у комунікаціях
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 8	<u>Konipairitimg</u> або <u>Content Marketing</u> (Coursera / HubSpot Academy).	
Тема 9 . Презентація у системі цифрової наукової комунікації <u>Знати:</u> сучасні стандарти організації та проведення наукових презентацій; інструменти штучного інтелекту (Gamma, Tome, ChatGPT тощо) як помічники у структуруванні матеріалу, створенні візуального супроводу та перекладі; техніки публічного онлайн-виступу, правила візуалізації даних (Data Visualization) у слайдах. <u>Вміти:</u> впевнено користуватися засобами електронної презентації наукового виступу (MS PowerPoint, обласні вебдодатки, платформи ІІІ); захищати результати науково-дослідної роботи перед аудиторією в онлайн- та офлайн-форматах, дотримуючись регламенту й правил академічної презентації. <u>Рекомендовані джерела:</u> 1 – 9 Оцінювання за тему = 11 балів	Лекція 9 2 год.	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 9 2 год.	Усне опитування. Навчально-наукова дискусія «Порівняння програмних засобів підготовки електронних презентацій: Corel Presentation 9 (пакет Corel, Office Suite для Linux), презентація (пакет StarOffice фірми StarDivision GmbH), Microsoft PowerPoint». Тренінг з підготовки електронної презентації наукового виступу
	Самостійна робота 5 год.	Тренінг-презентація: Підготувати та презентувати 5-хвилинний «Elevator Pitch» власного наукового проекту з використанням мультимедійних засобів та інструментів ІІІ (з обов’язковим дотриманням політики академічної доброчесності щодо використання ІІІ).
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 9	<u>Візуалізація даних</u> або <u>Мистецтво публічних виступів та презентацій</u> (Prometheus / EdEra).	
МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ		
Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран. Комп’ютерний клас для проведення практичних занять. Програмне забезпечення: ОС Windows, MS Office, доступ до онлайн-додатків, періодичних видань та інших інтернет-джерел, до електронної бібліотеки ДУІКТ, до віртуального навчального середовища Google Workspace for Education, інформації сайту Університету.		
ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ		
1. Біденко С., Золотаревич І. Репутаційний антистрес: Інструктор для власників і топ-менеджерів бізнесу. К. : Yakaboo publishing, 2021, 224 с. 2. Брукінг Е. Т. Війна лайків. Пер. Я. Лебеденка. К. : Клуб сімейного дозвілля, 2019, 320 с. 3. Діденко О. В., Шумовецька С. П., Наконечна А. О. Основи наукової комунікації : навчально-методичний посібник. Хмельницький : Видавництво НАДПСУ, 2019. 220 с. 4. Кросмедіа: контент, технології, перспективи: колективна монографія. К. : Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. 2017, 234 с. 5. Мороз О. Нація овочів? Як інформація змінює мислення і поведінку українців. К. : Yakaboo Publishing, 2020, 288 с. 6. Роулс Д. Цифровий брендинг. Повне покрокове керівництво зі стратегії, тактики, інструментів та вимірювань. К. : Фабула, 2020, 256 с. 7. Олтаржевський Д. О Цифрові комунікації: навчальний посібник з дисципліни «Медіавиробництво: промоція».Київ : ННІЖ КНУ імені Тараса Шевченка,2023. 120с. 8. Тодорова О. Інновації в комунікаціях. Інноваційний PR-інструментарій в соціальних комунікаціях сучасного бізнесу. К. : Інтерконтиненталь-Україна, 2015, 176 с.		

9. Тодорова О. Книга Енергія креативу. Банк ідей для бізнес-комунікацій, К. : Інтерконтиненталь-Україна, 2020, 186 с.
10. Beger, R. (2018). Present-Day Corporate Communication: A Practice-Oriented, State-of-the-Art Guide. Springer.
11. Booth, N., & Matic, J.A. (2011). Mapping and leveraging influencers in social media to shape corporate brand perceptions. Corporate Communications: An International Journal, 16 (3), 184–191.
12. Grewal, D., Herhausen, D., Ludwig, S., & Ordenes, F. V. (2022). The Future of Digital Communication Research: Considering Dynamics and Multimodality, Journal of Retailing, 98 (2), 224–240.
13. Levin, A. (2020). Influencer Marketing for Brands: What YouTube and Instagram Can Teach You About the Future of Digital Advertising. Apress
14. Luttrell, R. (2016). Social Media: How to Engage, Share, and Connect. Rowman and Littlefield.
15. Oltarzhovskyi, D., Kliuchnykova, O., Sokolova, K.O., & Tsymbalenko, Y. (2018). Communication Peculiarities of International and Ukrainian Brands in Social Networks (Facebook, Twitter, Instagram). Science and Education a New Dimension, 6 (185), 69–73.
16. Steps to an Exceptional Media Plan (2020). <https://mediatool.com/2020/12/16/5-steps-to-an-exceptional-media-plan/>
17. Stokes, R. (2013). eMarketing: The essential guide to marketing in a digital world. Quirk Education Pty.
18. The 5-Step Social Media Marketing Plan for 2020 (2020). <https://www.falcon.io/insights-hub/topics/social-media-strategy/5-steps-to-social-media-marketing-strategy-2020/>
19. Troise, C., & Camilleri, M.A. (2021). The use of the digital media for marketing, CSR communication and stakeholder engagement. In Camilleri, M.A. (Ed.) Strategic corporate communication in the digital age (pp. 161-174). Emerald.

ПОЛІТИКА КУРСУ («ПРАВИЛА ГРИ»)

- **Робота в колективі:** Курс передбачає роботу в колективі.
- **Аудиторне середовище:** Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.
- **Відвідування та самостійна робота:** Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу.
- **Дедлайни:** Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.
- **Пропущені заняття:** Якщо здобувач відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.
- **Актуалізація курсу:** За ініціативою викладача зміст даного курсу оновлюється щорічно, враховуючи зміни у законодавстві України, наукові досягнення за тематикою освітньої компоненти та пропозиції стейкхолдерів (провідних компаній галузі, академічної спільноти та випускників). Здобувачі також можуть долучатись до оновлення дисципліни шляхом подання пропозицій викладачу.
- **Неформальна освіта:** Здобувачі мають право на перезарахування результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті, згідно з [«Положенням про неформальну освіту Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій»](#).

Правила академічної доброчесності та використання штучного інтелекту (ШІ)

- **Дотримання цінностей:** Здобувачі освіти у своїй навчальній діяльності зобов'язані дотримуватися цінностей, принципів і правил академічної доброчесності.
- **Самостійність виконання:** Кожне навчальне завдання має бути виконане самостійно, крім випадків, коли його виконання передбачає участь декількох осіб або умовами завдання дозволено використання допоміжних матеріалів, мережі Інтернет та інструментів ШІ.
- **Правила цитування:** Кожен здобувач освіти у разі використання у своєму академічному творі результатів інтелектуальної праці інших авторів (текстів, ідей, розробок, відомостей тощо) зобов'язаний зробити належне посилання на відповідне джерело.
- **Самоплагіат:** Навчальна робота може включати (повністю або частково) попередню навчальну роботу здобувача освіти лише у тому випадку, якщо це прямо дозволено умовами навчального завдання.
- **Правила використання інструментів ШІ:**
 - Використання генеративних систем ШІ (ChatGPT, Claude, Gemini тощо) дозволяється як допоміжний інструмент для генерації ідей, пошуку джерел, структурування матеріалу або перевірки синтаксису/коду, якщо інше прямо не вказано в умовах конкретного завдання.
 - Якщо під час виконання завдання або підготовки науково-дослідної роботи використовувався ШІ, здобувач зобов'язаний зазначити це у роботі (наприклад, у формі примітки: «Під час підготовки розділу X використано [назва сервісу ШІ] для [ціль використання: аналіз структури / переклад]»).
 - Здобувач вищої освіти несе повну особисту відповідальність за достовірність, точність і перевірку фактів, даних та посилань, згенерованих ШІ

- Пряме подання згенерованого ІІІ тексту, коду чи розрахунків без критичного аналізу, власного опрацювання та зазначення використання ІІІ розцінюється як академічна нечесність (плагіат/приховування авторства).
- Заборонено завантажувати в публічні моделі ІІІ персональні дані, конфіденційну інформацію, закриті наукові чи службові розробки.
- В аудиторії здобувачі не допускаються до списування, обману та прихованого використання ІІІ. За порушення принципів академічної доброчесності можливе зниження балів, повернення роботи на доопрацювання, недопущення до захисту роботи тощо.
- Здобувачі можуть ознайомитися із [Кодексом академічної доброчесності Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій](#) та [Рекомендаціями МОН України щодо відповідального використання технологій ІІІ у закладах вищої освіти](#).

КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Використовується накопичувальна (100 бальна) система оцінювання. Поточна успішність складається з успішності за активність під час лекцій, роботу на практичних заняттях, виконання завдань під час самостійної роботи. Всі завдання оцінюються відповідно вимог щодо змістовності та встановлених строків виконання і їх здачі. Якщо студента не допущено до складання заліку, як такого, що не виконав індивідуальний план, йому надається час до перескладання для виконання всіх вимог допуску. Студент має право на два перескладання. При повторному перескладанні заліку його у студента може приймати комісія, яка створюється директором ННІМП. Оцінка комісії є остаточною. У випадку отримання студентом 0 балів (неприйнятно), що тягне відрахування за невиконання навчального плану.

Для отримання додаткових балів, студент повинен надати копію сертифіката або друкованої публікації чи письмове повідомлення видавця, про прийняття до друку публікації. Тематика публікації (вебінара, курсу) повинна відповідати змісту дисципліни, при цьому студенту зараховується додаткові бали замість балів за виконання суміжних за тематикою практичних робіт. Максимальна кількість додаткових балів, що можуть бути зараховані за дисципліну – 10 балів. Разом це є підсумковою оцінкою за вивчення навчальної дисципліни. Максимальна кількість балів – 100, мінімальна кількість балів – 60.

Форми контролю / Види навчальної роботи	Оцінювання
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ:	
<i>Робота на заняттях, у т.ч.</i>	
участь у експрес-опитуванні	за кожну правильну відповідь - 0,5 бали
доповідь з презентацією за тематикою самостійної роботи	за кожну презентацію (реферат) максимум – 5 балів (оцінка залежить від повноти розкриття теми, якості інформації, самостійності та креативності матеріалу, якості презентації і доповіді)
усне опитування, тестування	за кожну правильну відповідь – 0,2 бали
участь у обговоренні ситуаційного завдання, навчальній дискусії	за кожну участь - 0,5 бали
Додаткова оцінка за видами діяльності за тематикою дисципліни	
<i>Участь у вебінарах, тренінгах</i>	за кожні 0,1 кредити (3 год.) участі з отриманням сертифікату - 3 бали
<i>Тези доповіді за участю у конференції</i>	за кожні тези, які опубліковані - 3 бали
<i>Стаття у виданні в Україні</i>	за кожну статтю, яка опублікована - 5 балів
<i>Стаття у іноземному виданні</i>	за кожну статтю, яка опублікована - 8 балів
ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ: диференційований залік	Згідно критеріїв оцінювання

ПІДСУМКОВА ОЦІНКА ЗА ДИСЦИПЛІНУ

бали	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка /запис в екзаменаційній відомості
90-100	Студент демонструє повні й міцні знання навчального матеріалу в обсязі, що відповідає силабусу дисципліни, правильно й обґрунтовано приймає необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях. Вміє реалізувати теоретичні положення дисципліни в практичних розрахунках, аналізувати та співставляти дані об'єктів діяльності фахівця на основі набутих з даної та суміжних дисциплін знань та умінь.	Високий Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в силабусі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач	Відмінно / Зараховано (А)

	Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включатись в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються. Зменшення 100-бальної оцінки може бути пов'язане з недостатнім розкриттям питань, що стосується дисципліни, яка вивчається, але виходить за рамки об'єму матеріалу, передбаченого силабусом, або студент проявляє невпевненість в тлумаченні теоретичних положень чи складних практичних завдань	підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.	
82-89	Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає силабусу дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, дає вичерпні пояснення	Достатній Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни	Добре / Зараховано (B)
75-81	Студент в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає силабусу дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати при вирішенні типових практичних завдань, але допускає окремі неточності. Вміє пояснити основні положення виконаних завдань та дати правильні відповіді при зміні результату при заданій зміні вихідних параметрів. Помилки у відповідях/ рішеннях/ розрахунках не є системними. Знає характеристики основних положень, що мають визначальне значення при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, в межах дисципліни, що вивчається.	Достатній Конкретний рівень, за вивченим матеріалом силабусу дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	Добре / Зараховано (C)
67-74	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений силабусом дисципліни, та розуміє постанову стандартних практичних завдань, має пропозиції щодо напрямку їх вирішень. Розуміє основні положення, що є визначальними в курсі, може вирішувати подібні завдання тим, що розглядалися з викладачем, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усувати за допомогою викладача.	Середній Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни	Задовільно / Зараховано (D)
60-66	Студент має певні знання, передбачені в силабусі дисципліни, володіє основними положеннями, що вивчаються на рівні, який визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень, студент з труднощами пояснює правила вирішення практичних/розрахункових завдань дисципліни. Виконання практичних / індивідуальних / контрольних завдань значно формалізовано: є відповідність алгоритму, але відсутнє глибоке розуміння роботи та взаємозв'язків з іншими дисциплінами	Середній Є мінімально допустимим у всіх складових силабусу дисципліни	Задовільно / Зараховано (E)
35-59	Студент може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що силабус дисципліни студент виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є невірними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у студента відсутні.	Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни	Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не зараховано (FX) В залікову книжку не представляється
0-34	Студент повністю не виконав вимог силабусу навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Студент не допущений до здачі заліку	Незадовільний Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням / Не

		завдання дисципліни	допущений (F) В залікову книжку не представляється
--	--	---------------------	--