

**СИЛАБУС КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ  
«ОСНОВИ ПРЕЗЕНТАЦІЇ ТА ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЇ»**

<b>Лектор курсу</b>			Снітко Артем Сергійович, старший викладач кафедри маркетингу		<b>Контактна інформація лектора (e-mail), посилання в GWE</b>		e-mail: <a href="mailto:a.snitko@duikt.edu.ua">a.snitko@duikt.edu.ua</a> посилання в GWE: <a href="https://classroom.google.com/c/ODOzNDQwOTU1MDEx?hl=ua&amp;cjc=iwghsg6c">https://classroom.google.com/c/ODOzNDQwOTU1MDEx?hl=ua&amp;cjc=iwghsg6c</a> код iwghsg6c	
<b>Галузь знань</b>			D Бізнес, адміністрування та право		<b>Рівень вищої освіти</b>		бакалавр	
<b>Спеціальність</b>			D5 Маркетинг		<b>Семестр</b>		2	
<b>Освітні програми</b>			Digital-маркетинг		<b>Тип дисципліни</b>		Основна освітня компонента ОПП	
<b>Обсяг:</b>	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:					
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка	
	4	120	18	-	36	-	66	

**АНОТАЦІЯ КУРСУ**

**Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі**

Освітні компоненти, які передують вивченню	Групова динаміка та комунікації
Освітні компоненти для яких є базовою	Digital-маркетинг, Копірайтинг та основи редагування, SMM - маркетинг, CRM - маркетинг, Управління проектами у Digital маркетингу, Big Data аналітика
<b>Мета курсу:</b>	формувати та розвивати у студентів системне розуміння принципів ефективної презентації та візуалізації інформації, навички створення змістовних, структурованих матеріалів, а також здатність до переконливої комунікації із використанням сучасних цифрових інструментів

**Компетентності відповідно до освітньої програми**

**Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)**

- ЗК 8.** Здатність до проведення досліджень, пошуку, оброблення та аналізу інформації на достатньо високому рівні.  
**ЗК9.** Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій, пакетів прикладних програм, економіко математичних методів та моделей.  
**ЗК 10.** Здатність професійно спілкуватися державною та іноземною мовами як усно, так і письмово

**Програмні результати навчання (ПРН)**

- ПРН 7.** Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.  
**ПРН 10.** Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.  
**ПРН 17.** Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

**ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ**

Тема, опис теми, оцінювання за тему	Вид заняття	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
<b>Розділ 1. Основи створення презентацій та візуалізації інформації</b>		
<b>Тема 1. Персональний бренд і самопрезентація</b> <b>Знати:</b> сутність персонального бренду та його роль у професійному розвитку; основні елементи брендбуку (кольори, шрифти, візуальні елементи, стиль комунікації); принципи побудови самопрезентації;	Лекція 1 2 год.	Пояснювально-ілюстративний метод, лекція-візуалізація, демонстрація прикладів персональних брендів та сайтів, інтерактивне обговорення.

<p>структуру сучасного персонального сайту (портфоліо); особливості візуальної комунікації в цифровому середовищі.</p> <p><b>Вміти:</b> формувати власний персональний бренд; обирати та поєднувати візуальні елементи брендбуку; створювати ефективну самопрезентацію; розробляти структуру персонального сайту; створювати сайт-портфоліо (Canva або інші сервіси); презентувати себе через цифрові інструменти.</p> <p><b>Формування компетенцій:</b> ЗК 8, ЗК 9, ЗК 10</p> <p><b>Результати навчання:</b> ПРН 7, ПРН 17</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> 4, 7, 9, 15, 17</p> <p><b>Оцінювання за тему = 10 балів</b></p>	<p>Практичне заняття 1 2 год.</p>	<p>Практичне завдання: Аналіз прикладів персональних брендів (Instagram / LinkedIn). Міні-кейс: Визначення позиціонування особистого бренду (хто я, для кого, в чому цінність). Генерація QR-кодів.</p>
	<p>Практичне заняття 2 2 год.</p>	<p>«Створення персонального брендбуку» (кольори, шрифти, стиль, візуальні елементи). Практичне завдання: Розробка структури персонального сайту-портфоліо.</p>
	<p>Самостійна робота 8 год</p>	<p>Сформувати особистий брендбук (обрати кольори, шрифти, символи, зображення, стікери) та оформити його у вигляді документа.</p> <p>Створити власний сайт-портфоліо за структурою, наведеною в лекції №1</p>
<p><b>Тема 2. Структура презентації та сторітелінг</b></p> <p><b>Знати:</b> причини втрати уваги аудиторії на початку презентації; принципи побудови логіки історії у презентації; сутність сторітелінгу та його роль у комунікації; основні pitch-структури; архітектуру ефективної презентації; типові помилки та анти-прикладі презентацій.</p> <p><b>Вміти:</b> утримувати увагу аудиторії з перших секунд презентації; будувати логічну та послідовну історію; використовувати сторітелінг у презентаціях; створювати pitch-презентації продукту або ідеї; аналізувати та виправляти помилки у презентаціях.</p> <p><b>Формування компетенцій:</b> ЗК 8, ЗК 10</p> <p><b>Результати навчання:</b> ПРН 7, ПРН 10, ПРН 17</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> 6, 15, 16, 18</p> <p><b>Оцінювання за тему = 10 балів</b></p>	<p>Лекція 2</p>	<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p>
	<p>Практичне заняття 3 2 год.</p>	<p>Усне опитування. Практичне завдання: Аналіз презентацій (визначення структури, помилок, сильних сторін). Міні-кейс: Чому презентація “не заходить” — розбір провального прикладу.</p>
	<p>Практичне заняття 4 2 год.</p>	<p>Усне опитування. Побудова структури презентації. Практичне завдання: Розробка структури презентації продукту/ідеї.</p>
	<p>Самостійна робота 6 год</p>	<p>Створити презентацію структури продукту чи ідеї, подати її по прикладу схеми з лекції за структурою.</p>
<p><b>Тема 3. Візуальний дизайн слайдів: як виглядає сучасна презентація</b></p> <p><b>Знати:</b> сутність дизайну як інструменту комунікації; принципи візуальної ієрархії (контраст, розмір, акценти); роль Whitespace (негативного простору) у сприйнятті інформації; основи композиції (правило третин, сітки, вирівнювання); принципи роботи з кольором (правило 60-30-10); типографіку та правила читабельності тексту; формати презентацій (16:9, 1:1, 9:16) та їх вплив на аудиторію; базові типи слайдів (титульний, контентний, з цифрою, фото, фінальний).</p> <p><b>Вміти:</b> створювати сучасні, візуально чисті та зрозумілі слайди; будувати візуальну ієрархію для керування увагою аудиторії; використовувати Whitespace як інструмент дизайну; правильно поєднувати кольори та шрифти; працювати з фото (градієнт, плашка, затемнення, blur); адаптувати презентацію під різні формати (екран, смартфон); перетворювати складні дані у зрозумілі візуальні елементи; уникати типових помилок у дизайні слайдів; будувати єдину дизайн-систему презентації.</p> <p><b>Формування компетенцій:</b> ЗК 8, ЗК 9, ЗК 10</p> <p><b>Результати навчання:</b> ПРН 7, ПРН 10, ПРН 17</p>	<p>Лекція 3</p>	<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p>
	<p>Практичне заняття 5 2 год.</p>	<p>Усне опитування. Практичне завдання: Аналіз слайдів (визначення помилок: шум, відсутність ієрархії, слабкий контраст). Розбір концепції слайдів.</p>
	<p>Практичне заняття 6 2 год.</p>	<p>Усне опитування. Розбір правила 60-30-10 у дизайні. Підбір кольорової палітри за допомогою <b>Adobe Color</b>; та <b>шрифтів Google Fonts</b>. Конструктор кольорів <b>Adobe Color</b>.</p>
	<p>Самостійна робота 6 год</p>	<p>Створити слайди-розділювачі для <b>5 різних підприємств (галузей)</b>.</p> <p>Для кожного підприємства:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• підібрати кольорову палітру за допомогою <b>Adobe Color</b>;</li> <li>• обґрунтувати вибір кольорів (відповідність галузі, асоціації);</li> </ul>

<p><b>Рекомендовані джерела:</b> 6, 15, 16, 18  <b>Оцінювання за тему = 10 балів</b></p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>створити слайд-розділювач у єдиному стилі.</li> </ul>
<p>Тема 4. <b>Візуалізація даних у презентаціях: як показувати, а не перевантажувати</b>  <b>Знати:</b> принципи візуалізації даних; основи інфографіки; поняття “data-to-ink ratio”; правила оформлення графіків і діаграм; типові помилки при роботі з даними.  <b>Вміти:</b> перетворювати таблиці у зрозумілі графіки; виділяти головний висновок із даних; спрощувати складну інформацію; оформлювати графіки у сучасному стилі; будувати логіку “дані → висновок → рішення”.  <b>Формування компетенцій:</b> ЗК 8, ЗК 9, ЗК 10  <b>Результати навчання:</b> ПРН 7, ПРН 10, ПРН 17  <b>Рекомендовані джерела:</b> 3, 10, 15, 16  <b>Оцінювання за тему = 10 балів</b></p>	<p>Лекція 4</p>	<p>Пояснювально-ілюстративний метод, лекція-візуалізація, демонстрація прикладів.</p>
	<p>Практичне заняття 7 2 год.</p>	<p>Усне опитування. Кейс: «Перевантажена презентація vs ефективна візуалізація». Дискусія: «Чому таблиці не працюють у презентаціях?».</p>
	<p>Практичне заняття 8 2 год.</p>	<p>Усне опитування. Практичне завдання: Перетворення таблиць у візуальні формати (графіки, діаграми, слайд із цифрою). Аналіз прикладів інфографіки. Презентації з доповідями за індивідуальним завданням.</p>
	<p>Самостійна робота 6 год</p>	<p>1. Перетворити табличні дані у 2 варіанти візуалізації (графік та інфографіка) та визначити, який формат краще передає основний зміст.</p> <p>Підготувати презентацію на одну з обраних тем:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Візуалізація даних у маркетингу</li> <li>Інфографіка як інструмент комунікації</li> <li>Як спрощувати складні дані для аудиторії</li> </ol>
<p><b>Розділ 2. Практичні інструменти та цифрові технології у презентаціях і маркетингу</b></p>		
<p>Тема 5. <b>Маркетингова воронка та чат-боти: дизайн користувацького шляху</b>  <b>Знати:</b> поняття маркетингової воронки (Awareness → Interest → Desire → Action); етапи користувацького шляху (Customer Journey); роль чат-ботів у digital-маркетингу; структуру сценаріїв чат-бота; типи повідомлень (тригери, прогрів, СТА); основи UX-комунікації в ботах.  <b>Вміти:</b> будувати маркетингову воронку; проектувати логіку чат-бота; створювати сценарії повідомлень; писати ефективні тексти для ботів; структурувати кроки взаємодії з користувачем; створювати прості воронки під продукт/послугу.  <b>Формування компетенцій:</b> ЗК 8, ЗК 9, ЗК 10  <b>Результати навчання:</b> ПРН 7, ПРН 10, ПРН 17  <b>Рекомендовані джерела:</b> 10, 12, 13, 14, 15, 16  <b>Оцінювання за тему = 12 балів</b></p>	<p>Лекція 5</p>	<p>Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів</p>
	<p>Практичне заняття 9 2 год.</p>	<p>Усне опитування. Презентації з доповідями за індивідуальним завданням. Кейс: «Маркетингова воронка digital-продукту». Дискусія: «Чому користувачі не доходять до покупки?».</p>
	<p>Практичне заняття 10 2 год.</p>	<p>Усне опитування. Практичне завдання: Створення маркетингової воронки для обраного продукту. Розробка сценарію чат-бота (повідомлення, кнопки, логіка переходів).</p>
	<p>Самостійна робота 8 год</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Побудувати маркетингову воронку (5–7 етапів) для обраного продукту або послуги та визначити дії користувача на кожному етапі.</li> <li>Розробити сценарій чат-бота (мінімум 5 повідомлень) із використанням тригерів, СТА та логіки переходів між кроками.</li> </ol>

		<p>Підготувати презентацію на одну з обраних тем:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Чат-боти як інструмент digital-маркетингу</li> <li>2. Маркетингова воронка в онлайн-бізнесі</li> </ol>
<p>Тема 6. <b>Креативи в презентаціях і рекламі: як привертати увагу</b></p> <p><b>Знати:</b> принципи створення ефективних креативів; психологію уваги та сприйняття; основні тригери (емоції, цікавість, вигода); структуру креативу (заголовок, візуал, СТА); відмінності емоційних і раціональних підходів; типові помилки.</p> <p><b>Вміти:</b> творити рекламні та презентаційні креативи; привертати увагу через візуал і текст; використовувати тригери; формулювати заголовки та СТА; аналізувати ефективність; адаптувати під різні платформи.</p> <p><b>Формування компетенцій:</b> ЗК 8, ЗК 9, ЗК 10</p> <p><b>Результати навчання:</b> ПРН 7, ПРН 10, ПРН 17</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> 3, 7, 8, 10, 17</p> <p><b>Оцінювання за тему = 12 балів</b></p>	Лекція 6	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 11 2 год.	Усне опитування. Тестування. Кейс: «Ефективні vs неефективні рекламні креативи». Дискусія: «Що змушує людину зупинитися і подивитися?». Сервіси перегляду креативів: <b>Meta та TikTok бібліотеки.</b>
	Практичне заняття 12 2 год.	Усне опитування. Практичне завдання: Створення рекламного креативу (банер/слайд) для обраного продукту. Аналіз креативів (CTR, увага, тригери). Презентації з доповідями за індивідуальним завданням.
	Самостійна робота 8 год	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Проаналізувати 5 рекламних креативів (соціальні мережі або банери) та визначити: <ul style="list-style-type: none"> <li>• що привертає увагу</li> <li>• які тригери використані</li> <li>• чому креатив працює / не працює</li> </ul> </li> <li>2. Створити 2 варіанти рекламного креативу для одного продукту (різні підходи: емоційний / раціональний).</li> </ol>
<p>Тема 7. <b>UX та поведінка користувача: як люди сприймають інформацію</b></p> <p><b>Знати:</b> основи UX у презентаціях і digital; принципи сприйняття інформації; моделі руху погляду (F, Z); attention-зони та ієрархію; фактори прийняття рішень; типові UX-помилки.</p> <p><b>Вміти:</b> аналізувати поведінку користувача; визначати зони уваги; будувати логіку розміщення; спрощувати сприйняття; покращувати UX контенту; усувати бар'єри взаємодії.</p> <p><b>Формування компетенцій:</b> ЗК 8, ЗК 9, ЗК 10</p> <p><b>Результати навчання:</b> ПРН 7, ПРН 10, ПРН 17</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> 2, 9, 10, 15, 17</p> <p><b>Оцінювання за тему = 12 балів</b></p>	Лекція 7	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 13 2 год.	Усне опитування. Тестування. Кейс: «Чому користувач не взаємодіє з контентом?». Дискусія: «Як люди читають, дивляться і приймають рішення?».
	Практичне заняття 14 2 год.	Усне опитування. Практичне завдання: Аналіз UX (слайдів / сайтів / реклами). Робота з attention-зонами (що бачить користувач першим). Презентації з доповідями за індивідуальним завданням.
	Самостійна робота 8 год	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Проаналізувати будь-який сайт, рекламний банер і визначити: <ul style="list-style-type: none"> <li>• куди падає перша увага</li> <li>• що є головним елементом</li> <li>• чи є логіка руху погляду</li> </ul> </li> <li>2. Порівняти 2 варіанти дизайну (хороший / поганий) та пояснити, який ефективніший.</li> </ol> <p>Підготувати презентацію на одну з обраних тем:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. UX у презентаціях</li> </ol>

		2. Поведінка користувача в digital-середовищі 3. Як керувати увагою аудиторії
<p>Тема 8. <b>Штучний інтелект у створенні презентацій та контенту</b>  <b>Знати:</b> роль штучного інтелекту в маркетингу; можливості AI-інструментів; підходи до роботи з AI; обмеження та ризики; етичні аспекти.  <b>Вміти:</b> використовувати AI для створення презентацій; генерувати тексти та креативи; оптимізувати роботу; оцінювати якість контенту; редагувати та адаптувати результати; інтегрувати AI у маркетингову діяльність.  <b>Формування компетенцій:</b> ЗК 8, ЗК 9, ЗК 10  <b>Результати навчання:</b> ПРН 7, ПРН 10, ПРН 17  <b>Рекомендовані джерела:</b> 2, 10, 12, 13, 15  <b>Оцінювання за тему = 12 балів</b></p>	Лекція 8	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 15 2 год.	Усне опитування. Тестування. Кейс: «Використання AI у створенні контенту». Дискусія: «Чи замінить ШІ маркетолога?»
	Практичне заняття 16 2 год.	Практичне завдання: Використання AI-інструментів для створення: <ul style="list-style-type: none"> <li>● презентації</li> <li>● текстів</li> <li>● креативів</li> </ul> Робота з AI (ChatGPT / Canva AI / інші інструменти). Презентації з доповідями за індивідуальним завданням.
	Самостійна робота 8 год	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Створити 3–5 слайдів презентації з використанням AI-інструментів та оцінити їх якість.</li> <li>2. Згенерувати рекламний або презентаційний текст за допомогою AI та проаналізувати його (плюси/мінуси).</li> </ol> Підготувати презентацію на одну з обраних тем: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Штучний інтелект у маркетингу</li> <li>2. AI у створенні контенту</li> </ol>
<p>Тема 9. <b>Захист презентацій та публічний виступ</b>  <b>Знати:</b> основи публічного виступу; структуру ефективної презентації перед аудиторією; принципи взаємодії зі слухачами; вербальні та невербальні засоби комунікації; типові помилки під час виступу; методи подолання хвилювання.  <b>Вміти:</b> презентувати власні ідеї перед аудиторією; чітко і структуровано доносити інформацію; утримувати увагу слухачів; використовувати мову тіла, голос, інтонацію; відповідати на запитання; адаптувати виступ під аудиторію.  <b>Формування компетенцій:</b> ЗК 8, ЗК 9, ЗК 10  <b>Результати навчання:</b> ПРН 7, ПРН 10, ПРН 17  <b>Рекомендовані джерела:</b> 4, 6, 15, 17, 18  <b>Оцінювання за тему = 12 балів</b></p>	Лекція 9	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 17 2 год.	Усне опитування. Тестування. Підготовка до виступу. Робота над структурою, дизайном та подачею презентації.
	Практичне заняття 18 2 год.	Захист презентацій. Виступи студентів. Обговорення та зворотний зв'язок.
	Самостійна робота 8 год	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Підготувати фінальну презентацію (10–15 слайдів) за всіма правилами курсу:             <ul style="list-style-type: none"> <li>● структура</li> <li>● дизайн</li> </ul> </li> </ol>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>● візуалізація</li> <li>● креатив</li> </ul> <p>2. Підготувати усний виступ (3–5 хвилин).</p> <p>Тема презентації (на вибір):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Продукт або стартап</li> <li>2. Персональний бренд</li> <li>3. Маркетингова ідея або стратегія</li> </ol>
--	--	--

**Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи**

Тема 1. Персональний бренд і самопрезентація	<p>Курс «Цифровий маркетинг»  <a href="https://apps.prometheus.org.ua/learning/course/course-v1:Prometheus+DM101+2021_T1/home">https://apps.prometheus.org.ua/learning/course/course-v1:Prometheus+DM101+2021_T1/home</a></p> <p>Курс «SMM-спеціаліст»  <a href="https://osvita.dii.gov.ua/courses/smm-specialist">https://osvita.dii.gov.ua/courses/smm-specialist</a></p> <p>Курс «Графічний дизайнер»  <a href="https://osvita.dii.gov.ua/courses/graphic-designer">https://osvita.dii.gov.ua/courses/graphic-designer</a></p>
Тема 2. Структура презентації та сторітелінг	<p>Курс «Креативне мислення: методи та інструменти для досягнення успіху»  <a href="https://www.coursera.org/learn/creative-thinking-techniques-and-tools-for-success">https://www.coursera.org/learn/creative-thinking-techniques-and-tools-for-success</a></p>
Тема 3. Візуальний дизайн слайдів: як виглядає сучасна презентація	<p>Курс «Графічний дизайнер»  <a href="https://osvita.dii.gov.ua/courses/graphic-designer">https://osvita.dii.gov.ua/courses/graphic-designer</a></p> <p>Курс «Мобільний фотограф»  <a href="https://osvita.dii.gov.ua/courses/mobile-photographer">https://osvita.dii.gov.ua/courses/mobile-photographer</a></p> <p>Курс «Режисер монтажу»  <a href="https://osvita.dii.gov.ua/courses/video-editor">https://osvita.dii.gov.ua/courses/video-editor</a></p>
Тема 4. Візуалізація даних у презентаціях	<p>Курс «Датааналітик. Вступ до Excel»  <a href="https://osvita.dii.gov.ua/courses/data-analyst-excel">https://osvita.dii.gov.ua/courses/data-analyst-excel</a></p> <p>Курс «Датааналітик. SQL та Power BI»  <a href="https://osvita.dii.gov.ua/courses/data-analyst-sql-and-power-bi">https://osvita.dii.gov.ua/courses/data-analyst-sql-and-power-bi</a></p>
Тема 5. Маркетингова воронка та чат-боти	<p>Курс «Email-маркетолог»  <a href="https://osvita.dii.gov.ua/courses/email-marketing">https://osvita.dii.gov.ua/courses/email-marketing</a></p> <p>Курс «Таргетолог»  <a href="https://osvita.dii.gov.ua/courses/targetologist">https://osvita.dii.gov.ua/courses/targetologist</a></p>
Тема 6. Креативи в презентаціях і рекламі	<p>Курс «Реклама у Facebook та Instagram»  <a href="https://duikt.edu.ua/uploads/1_2254_12113082.pdf">https://duikt.edu.ua/uploads/1_2254_12113082.pdf</a></p> <p>Курс «TikTok, Instagram, Facebook: як залишатись в тренді»  <a href="https://osvita.dii.gov.ua/courses/tiktok-instagram-facebook">https://osvita.dii.gov.ua/courses/tiktok-instagram-facebook</a></p> <p>Курс «Відеовиробник»  <a href="https://osvita.dii.gov.ua/courses/video-maker">https://osvita.dii.gov.ua/courses/video-maker</a></p>
Тема 7. UX та поведінка користувача	<p>Курс «Навчіться розуміти клієнтів і їхню поведінку в мережі»  <a href="https://skillshop.exceedlms.com/student/collection/718960-customers-needsbehaviours">https://skillshop.exceedlms.com/student/collection/718960-customers-needsbehaviours</a></p>
Тема 8. Штучний інтелект у створенні презентацій та контенту	<p>Курс «ChatGPT для підвищення власної ефективності»  <a href="https://osvita.dii.gov.ua/courses/chatgpt-for-personal-effectiveness">https://osvita.dii.gov.ua/courses/chatgpt-for-personal-effectiveness</a></p> <p>Курс «Штучний інтелект»  <a href="https://osvita.dii.gov.ua/courses/artificial-intelligence">https://osvita.dii.gov.ua/courses/artificial-intelligence</a></p>

## 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 Canva, Adobe Color, Google Fonts, SmartSender, 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. Барабанова В. В., Богатирьова Г. А. Інноваційний маркетинг : навч. посіб. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2022. 145 с. URL: [https://duikt.edu.ua/uploads/l\\_1390\\_85289741.pdf](https://duikt.edu.ua/uploads/l_1390_85289741.pdf)
2. Буга Н., Пелехацький Д. Перспективи використання інноваційних технологій в маркетинговій діяльності підприємства. Економіка та суспільство. 2022. № 42. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-36>
3. Виноградова О. В., Крижко О. В., Молоков І. О. Ефективність впливу креативів таргетованої реклами на споживачів. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2024. № 4 (47). С. 12–20. DOI: 10.31673/2415-8089.2024.041116
4. Виноградова О. В., Ігнатенко О. В., Недопако Н. М., Ільницький Т. Р. Проблеми впровадження digital-технологій у маркетингову діяльність українських компаній. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2024. № 2 (45). С. 4–9. URL: <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2957>
5. Недопако Н. М. Інструменти цифрового маркетингу: теоретичний аспект. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2020. № 2. С. 43–48. URL: <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2475>
6. Виноградова О. В., Дрокіна Н. І. Маркетингові технології управління Інтернет-проектами : навч. посіб. Київ : ДУТ, 2019. 351 с. URL: <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2287/view/1706>
7. Гвоздева А. А., Філіна О. В. Facebook та Instagram: від створення сторінки до розвинутої спільноти за 30 днів : книга-тренінг. Київ : Міжнародний фонд соціальної адаптації, 2021. 292 с. URL: [https://duikt.edu.ua/uploads/l\\_2255\\_29401963.pdf](https://duikt.edu.ua/uploads/l_2255_29401963.pdf)
8. Гвоздева А. А., Філіна О. В. Реклама у Facebook та Instagram : книга-інструкція. Київ : Гнозіс, 2021. 110 с. URL: [https://duikt.edu.ua/uploads/l\\_2254\\_12113082.pdf](https://duikt.edu.ua/uploads/l_2254_12113082.pdf)
9. Використання соціальних мереж : посібник / EUAM Ukraine. Київ, 2020. 156 с. URL: [https://duikt.edu.ua/uploads/l\\_2221\\_75204611.pdf](https://duikt.edu.ua/uploads/l_2221_75204611.pdf)
10. Виноградова О., Дименко О., Ігнатенко О., Совершенна І., Дарчук В., Снітко А. Ensuring the financial stability of the enterprise with performance marketing tools. Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice. 2024. № 3 (56). С. 518–532. URL: <https://fkd.net.ua/index.php/fkd/article/view/4359>
11. Снітко А. С., Меденцева О. О., Піонтковська К. Д. Маркетингові стратегії в економічному розвитку та підприємстві на прикладі гейміфікації. Революція креативних індустрій : матеріали І Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Хмельницький, 24–25 жовт. 2024 р.). Хмельницький, 2024. С. 369–372. URL: <https://drive.google.com/file/d/138-eGKb4bH40RDHJyWk7gXvr3Qhn7IR6/view>
12. Іртлач М. О., Снітко А. С., Черкас С. М. Роль діджитал-технологій у сучасному маркетингу. Маркетинг майбутнього: виклики та реалії : матеріали V Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Київ, 9 черв. 2023 р.). Київ : ДУІКТ, 2023. С. 6–9. URL: <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2277/view/2273>
13. Іртлач М. О., Снітко А. С., Козаченко А. О. Digital-стратегія як частина маркетингової стратегії компанії. Маркетинг майбутнього: виклики та реалії : матеріали V Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Київ, 9 черв. 2023 р.). Київ : ДУІКТ, 2023. С. 20–23. URL: <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2277/view/2273>
14. Недопако Н. М., Снітко А. С., Лучкіна В. В. Основні етапи реалізації програми просування бренду компанії-виробника в інтернеті. Маркетинг майбутнього: виклики та реалії : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Київ, 10 черв. 2022 р.). Київ : ДУТ, 2022. С. 36–40. URL: [https://duikt.edu.ua/uploads/p\\_2121\\_91947940.pdf](https://duikt.edu.ua/uploads/p_2121_91947940.pdf)
15. Слободяник А. М., Могилевська О. Ю., Романова Л. В., Салькова І. Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика : навч. посіб. Київ : КиМУ, 2022. 228 с. URL: <https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/57894>
16. Борисова Т. Б. Комплексний Інтернет-маркетинг : навч. посіб. Тернопіль : ЗУНУ, 2022. 272 с. URL: <http://bit.ly/3C3nyAi>
17. Малтиз В. В. Маркетинг комунікацій і соціальні мережі : навч. посіб. Запоріжжя : ЗНУ, 2024. 113 с. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/jspui/handle/12345/19050>

18. Ромашенко О. С., Крижко О. В., Снітко А. С. Презентація як інструмент візуалізації: особливості та значення в маркетингу. Економіка та суспільство. 2025. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5344> DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-86>
19. Somkina T., Darchuk V., Snitko A., Sinchevsky S. Marketing and communication platform as an element of the retail network development management model in the context of product diversification. Internauka. 2025. № 1. URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-1-10608>

### ПОЛІТИКА КУРСУ («ПРАВИЛА ГРИ»)

- Курс передбачає роботу в колективі.
- Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.
- Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу.
- Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.
- Якщо здобувач відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.
- За ініціативою викладача зміст даного курсу оновлюється щорічно, враховуючи зміни у законодавстві України, наукові досягнення за тематикою освітньої компоненти. Здобувачі також можуть долучатись до оновлення дисципліни шляхом подання пропозицій викладачу.
- Здобувачі мають право на перезарахування результатів навчання набутих у **неформальній та інформальній освіті** згідно «Положення про неформальну освіту Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій» [https://duikt.edu.ua/uploads/p\\_447\\_35048489.pdf](https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_35048489.pdf)

### Правила академічної доброчесності

- Здобувачі освіти у своїй навчальній діяльності зобов'язані дотримуватися цінностей, принципів і правил академічної доброчесності.
- Кожне навчальне завдання має бути виконане самостійно, крім випадків, коли його виконання передбачає участь декількох осіб або правилами виконання відповідних завдань дозволено отримання допомоги від інших осіб, використання допоміжних матеріалів та засобів, мережі Інтернет тощо.
- Кожен здобувач освіти у разі використання у своєму академічному творі результатів інтелектуального творіння інших авторів (текстів, ідей, розробок, тверджень, відомостей, думок тощо) зобов'язаний зробити посилання на відповідне джерело інформації.
- Навчальна робота може включати (повністю або частково) попередню навчальну роботу здобувача освіти лише у тому випадку, якщо це прямо дозволено умовами навчального завдання.
- В аудиторії здобувачі не допускаються до списування та обману – за порушення принципів академічної доброчесності викладач може накладати санкції: зниження балів, повернення роботи на доопрацювання, не допущення до захисту роботи та ін.

Здобувачі можуть ознайомитися із Кодексом академічної доброчесності Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій на сторінці сайту: [https://duikt.edu.ua/uploads/p\\_447\\_96297052.pdf](https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_96297052.pdf)

### КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Використовується накопичувальна (100 бальна) система оцінювання. Поточна успішність складається з успішності за роботу на практичних заняттях та активність під час лекцій. Всі завдання оцінюються відповідно вимог щодо змістовності та встановлених строків виконання і їх здачі. Для отримання додаткових балів, студент повинен надати копію друкованої публікації чи письмове повідомлення видавця, про прийняття до друку публікації. Тематика публікації повинна відповідати змісту дисципліни. При пред'явленні публікації студент звільняється від виконання практичної роботи, тема якої відповідає тематиці публікації, 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:

#### Робота на заняттях, у т.ч.

участь у експрес-опитуванні

за кожну правильну відповідь - 0,25 бали

доповідь з презентацією за тематикою самостійної роботи

за кожну презентацію (реферат) максимум - 8 балів (оцінка залежить від повноти розкриття теми, якості інформації, самостійності та креативності матеріалу, якості презентації і доповіді)

усне опитування, рішення практичних задач	за кожну правильну відповідь – 2,0 бали
участь у обговоренні ситуаційного завдання	за кожну правильну відповідь – 1,0 бали
участь у діловій грі, навчальній дискусії	за кожну участь - 0,5 бали
<b>Додаткова оцінка за видами діяльності за тематикою дисципліни</b>	
Участь у вебінарах, тренінгах	за кожні 0,1 кредити (3 год.) участі з отриманням сертифікату - 3 бали
Тези доповіді за участю у конференції	за кожні тези, які опубліковані - 3 бали
Стаття у виданні в Україні	за кожну статтю, яка опублікована - 5 балів
Стаття у іноземному виданні	за кожну статтю, яка опублікована - 8 балів
<b>ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ: диференційований залік</b>	Згідно критеріїв оцінювання
Здобувачу, який має підсумкову оцінку за дисципліну від 35 до 59 балів, призначається додаткова залікова сесія. В цьому разі він повинен виконати додаткові завдання, визначені викладачем. Підсумкова оцінка до 34 балів є підставою для обов'язкового повторного вивчення курсу. Здобувач має право на два перескладання. При повторному перескладанні, залік приймає комісія, яка створюється директором ННІМП. Оцінка комісії є остаточною. Здобувач має право на опротестування результатів контролю (апеляцію). Правила подання та розгляду апеляції визначені внутрішніми документами ДУІКТ	

<b>ПІДСУМКОВА ОЦІНКА ЗА ДИСЦИПЛІНУ</b>			
<b>бали</b>	<b>Критерії оцінювання</b>	<b>Рівень компетентності</b>	<b>Оцінка /запис в екзаменаційній відомості</b>
90 -1 00	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. 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	Високий Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в силабусі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач 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.	Відмінно / Зараховано (А)
82 -8 9	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 (В)
75 -8 1	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 (С)
67	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений силабусом дисципліни, та розуміє	Середній	Задовільно /

-7 4	постанову стандартних практичних завдань, має пропозиції щодо напрямку їх вирішень. Розуміє основні положення, що є визначальними в курсі, може вирішувати подібні завдання тим, що розглядались з викладачем, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усунути за допомогою викладача.	Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни	Зараховано (D)
60 -6 6	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 -5 9	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) <i>В залікову книжку не проставляється</i>
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 завдання дисципліни	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням / Не допущений (F) <i>В залікову книжку не проставляється</i>