

СИЛАБУС
ОК ВІЛЬНОГО ВИБОРУ ЗДОБУВАЧІВ
«ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У МАРКЕТИНГУ»

Лектор курсу	Снітко Артем Сергійович, доктор філософії, старший викладач кафедри маркетингу
Контактна інформація лектора (e-mail)	a.snitko@duikt.edu.ua
Сторінка курсу в Google Classroom	https://classroom.google.com/c/ODkwNTEhMDk5MDQx?cjc=llfvq3kg
Вид контролю	Диференційований залік

Дисципліна вільного вибору здобувачів

Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:				
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка
			18	-	36	-	96

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Мета курсу:	формування системних знань і прикладних навичок відповідального застосування штучного інтелекту в маркетингових дослідженнях, управлінні клієнтським досвідом, створенні комунікацій, прогнозуванні попиту та оптимізації маркетингових рішень на основі даних.
--------------------	---

В результаті вивчення дисципліни здобувач має знати	В результаті вивчення дисципліни здобувач має вміти
– основні класи штучного інтелекту, генеративні й прогнозні моделі та їх застосування у маркетингу; – вимоги до маркетингових даних, їхньої якості та перевірки результатів роботи ШІ; – принципи промпт-інжинірингу та оцінювання відповідей великих мовних моделей; – методи AI-сегментації, персоналізації та побудови рекомендацій; – підходи до AI-аналізу ринку, конкурентів і споживчих потреб; – інструменти створення й контролю рекламного та візуального контенту за допомогою ШІ; – методи прогнозування попиту, відтоку клієнтів та оцінювання маркетингових сценаріїв; – можливості AI-оптимізації реклами, A/B-тестування та автоматизації клієнтських комунікацій; – етичні, правові й організаційні обмеження використання ШІ та показники ефективності AI-проектів.	– визначати маркетингові процеси, де застосування ШІ приносить вимірювану користь; – формулювати, тестувати та вдосконалювати промпти для маркетингових завдань; – підготовлювати маркетингові дані та перевіряти точність, повноту й упередженість AI-висновків; – створювати сегменти аудиторії, персоналізовані пропозиції та рекомендаційні сценарії; – проводити дослідження конкурентного середовища з перевіркою джерел і фактів; – розробляти й редагувати рекламні тексти та візуальні концепції відповідно до брендбуку; – оцінювати прогнози попиту й утримання споживачів, пояснювати обмеження прогнозів; – проєктувати AI-підтримані рекламні експерименти, чатботи та маркетингові автоматизації; – визначати ризики впровадження ШІ, KPI та заходи людського контролю результатів.

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми	Вид заняття	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
РОЗДІЛ 1. AI-ІНСТРУМЕНТИ, МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА СТВОРЕННЯ КРЕАТИВІВ		

Тема 1. ШІ в сучасному маркетингу: можливості та інструменти Знати: основні напрями використання генеративного ШІ у маркетинговій діяльності; відмінності текстових, графічних, відео- та аналітичних сервісів; призначення ChatGPT, Gemini, Google AI Studio, Microsoft Copilot і Canva AI; можливості безкоштовного доступу та обмеження сервісів; принципи перевірки AI-контенту і захисту даних. Вміти: порівнювати AI-платформи за маркетинговими завданнями; обирати інструменти для дослідження ринку, створення реклами й аналізу; формувати маркетинговий бриф для ШІ; оцінювати точність відповідей, доцільність витрат і ризики застосування. Рекомендовані джерела: 2, 4, 9, 18, 19. Оцінювання за тему = 10 бал	Лекція 1 2 год.	Пояснювально-ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів, обговорення практичних AI-кейсів.
	Практичне заняття 1 2 год.	Усне опитування. Практикум «AI-інструменти маркетолога». Порівняння функціональних можливостей ChatGPT, Gemini, Microsoft Copilot і Canva AI для аналізу товару, підготовки рекламного повідомлення та створення візуалу. Кейс-метод: вибір набору AI-сервісів для малого бізнесу за обмеженого бюджету, обґрунтування функцій і ризиків.
	Практичне заняття 2 2 год.	Усне опитування. Практикум із підготовки маркетингового брифу для AI-сервісів. Розроблення завдань для дослідження аудиторії, генерації рекламних текстів і візуалів. Ситуаційне завдання: перевірка вигаданих фактів, некоректних тверджень і персональних даних у результатах ChatGPT та Gemini.
	Самостійна робота 10 год.	Обрати компанію або бренд. Проаналізувати її продукт, цільову аудиторію та цифрові канали. Порівняти щонайменше чотири AI-інструменти для текстів, графіки, дослідження і відео. Скласти карту можливих AI-завдань, ризиків і способів перевірки результатів. Оформити аналітичну записку та таблицю добору сервісів.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 1 AI for Marketing Course (HubSpot Academy) — основи використання штучного інтелекту в маркетингу, оцінювання AI-інструментів, підготовка запитів і відповідальне застосування результатів у маркетингових завданнях. https://academy.hubspot.com/courses/AI-for-Marketers		
Тема 2. Промптинг і розроблення маркетингового контенту з ChatGPT, Gemini та Copilot Знати: структуру професійного запиту до ШІ; принципи роботи з контекстом, цільовими аудиторіями, тоном бренду та форматами; можливості ChatGPT, Google Gemini, Microsoft Copilot та Google AI Studio; способи редагування, фактчекінгу й адаптації рекламних повідомлень. Вміти: розробляти промпти на основі маркетингового брифу; готувати рекламні тексти, заголовки, сценарії та контент-плани; порівнювати результати різних моделей; редагувати матеріали відповідно до позиціонування бренду; перевіряти фактичні й рекламні твердження. Рекомендовані джерела: 4, 6, 8, 18, 19, 23. Оцінювання за тему = 10 бал	Лекція 2 2 год.	Пояснювально-ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів, обговорення практичних AI-кейсів.
	Практичне заняття 3 2 год.	Усне опитування. Практикум із формування структурованих промптів для ChatGPT, Gemini та Google AI Studio. Розроблення рекламних заголовків, описів товару й комунікацій для різних сегментів аудиторії. Кейс-метод: порівняння точності, доречності та переконливості отриманих матеріалів.
	Практичне заняття 4 2 год.	Усне опитування. Практикум «AI-контент для бренду». Підготовка серії дописів, email-повідомлення та рекламного оголошення за єдиним брифом. Аналіз стилю комунікації й редагування помилок генерації. Ситуаційне завдання: адаптація текстів для преміального та масового сегментів.
	Самостійна робота 10 год.	Скласти маркетинговий бриф обраного товару. У ChatGPT, Gemini та Copilot підготувати рекламні тексти і контент-план із використанням різних промптів. Проаналізувати якість, перевірити факти, відредагувати матеріали й обґрунтувати вибір. Підготувати порівняльну таблицю і підсумковий комплект текстів.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 2 Build foundational generative AI skills (Microsoft Learn) — освоєння генеративного ШІ та Microsoft Copilot, складання змістовних запитів, перевірка відповідей і використання AI-помічника для підготовки маркетингових текстів. https://learn.microsoft.com/en-us/training/paths/explore-microsoft-365-copilot-business-chat/		

Тема 3. AI-дослідження ринку, споживачів і конкурентів Знати: джерела достовірних ринкових даних; можливості Gemini, ChatGPT, Perplexity і Google Trends для пошуку та систематизації інформації; принципи сегментації, аналізу конкурентів, відгуків і потреб споживачів; ризики вигаданих фактів у відповідях ШІ. Вміти: знаходити і перевіряти ринкові відомості; зіставляти конкурентні пропозиції; аналізувати відгуки покупців; виділяти сегменти та формулювати портрети споживачів; готувати порівняльні таблиці, SWOT-аналіз і практичні рекомендації. Рекомендовані джерела: 2, 12, 13, 14, 18, 24. Оцінювання за тему = 10 бал	Лекція 3 2 год.	Пояснювально-ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів, обговорення практичних AI-кейсів.
	Практичне заняття 5 2 год.	Усне опитування. Практикум із пошуку та перевірки ринкової інформації за допомогою Gemini, Perplexity і Google Trends. Аналіз конкурентних пропозицій, цін та цифрової присутності трьох компаній. Кейс-метод: побудова порівняльної матриці і визначення маркетингових переваг.
	Практичне заняття 6 2 год.	Усне опитування. Практикум із аналізу споживчих відгуків за допомогою ChatGPT або Gemini. Групування потреб, бар'єрів і мотивів купівлі; формування двох портретів клієнта. Ситуаційний аналіз: розроблення персоналізованих пропозицій та оцінювання можливих упереджень ШІ.
	Самостійна робота 10 год.	Зібрати відкриту інформацію про трьох конкурентів із посиланнями на джерела. Застосувати AI-інструменти для групування пропозицій, цін і відгуків. Провести сегментацію аудиторії, підготувати SWOT та два профілі клієнтів. Оформити результати як аналітичну записку з висновками.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 3	Основи цифрового маркетингу (Prometheus) — вивчення принципів просування в інтернеті, аналізу цільової аудиторії та цифрових каналів; формування бази для дослідження ринку за допомогою ШІ. https://prometheus.org.ua/prometheus-free/digital-marketing-basics/	
Тема 4. Створення рекламних зображень і креативів за допомогою ШІ Знати: принципи візуальної комунікації бренду; можливості Canva AI (Magic Studio), Adobe Firefly, Microsoft Designer та Google Gemini для створення рекламних зображень; структуру промптів для ілюстрацій; вимоги до форматів, читабельності, брендових кольорів і використання зображень у рекламі. Вміти: розробляти технічне завдання на AI-креатив; генерувати кілька концепцій банерів; доопрацьовувати текст, композицію та заклик до дії; адаптувати дизайн до Instagram, Facebook та рекламної мережі Google; оцінювати візуальну якість і відповідність бренду. Рекомендовані джерела: 6, 18, 19, 22, 23. Оцінювання за тему = 10 бал	Лекція 4 2 год.	Пояснювально-ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів, обговорення практичних AI-кейсів.
	Практичне заняття 7 2 год.	Усне опитування. Практикум зі створення рекламних банерів у Canva AI, Adobe Firefly та Microsoft Designer. Генерація трьох візуальних концепцій продукту, добір композиції, кольорової гами та рекламного повідомлення. Кейс-метод: експертна оцінка креативів за відповідністю бренду, читабельністю й привабливістю.
	Практичне заняття 8 2 год.	Усне опитування. Практикум «Адаптація AI-креативів до рекламних форматів». Розроблення набору банерів для Instagram Stories, стрічки Facebook і медійної реклами Google. Порівняння варіантів із Canva AI та Adobe Express. Ситуаційне завдання: виявлення помилок AI-зображень і підготовка виправленого макета.
	Самостійна робота 10 год.	Сформулювати креативний бриф і визначити стиль бренду. У Canva AI, Adobe Firefly чи Microsoft Designer підготувати три візуальні концепції. Адаптувати обраний банер для двох рекламних форматів, відредагувати помилки. Створити порівняльну таблицю якості й коротку презентацію з аргументами.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 4	Create images with generative AI (Microsoft Learn) — знайомство з генераторами зображень, побудова візуальних запитів, створення різних стилів і критична оцінка AI-зображень для рекламних креативів. https://learn.microsoft.com/en-us/training/modules/create-images-with-generative-ai/	
Тема 5. AI-відео, сценарії та креативи для соціальних мереж	Лекція 5 2 год.	Пояснювально-ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів, обговорення практичних AI-кейсів.

<u>Знати:</u> особливості короткої відеореклами й вертикальних форматів; використання CapCut, Canva Video, Adobe Express і генеративних функцій Google для ідей, сценаріїв, озвучення, субтитрів і монтажу; принципи побудови відео за схемою «гачок — перевага — заклик до дії»; обмеження безкоштовних функцій. <u>Вміти:</u> розробляти сценарій короткого рекламного ролика; створювати розкадрування і тексти для озвучення; монтувати відео з титрами, музикою та переходами; адаптувати його для Reels, Shorts і TikTok; оцінювати зрозумілість маркетингового повідомлення. <u>Рекомендовані джерела:</u> 6, 18, 19, 22, 23. Оцінювання за тему = 10 бал	Практичне заняття 9 2 год.	Усне опитування. Практикум із написання сценаріїв рекламних Reels і Shorts за допомогою ChatGPT або Gemini. Створення розкадрування, вступного «гачка», демонстрації переваг і заклику до дії. Кейс-метод: порівняння двох сценаріїв для різних цільових сегментів.
	Практичне заняття 10 2 год.	Усне опитування. Практикум зі створення короткого рекламного відео у CapCut або Canva Video. Монтаж відеофрагментів, додавання субтитрів, озвучення та брендovаних елементів із доступними AI-функціями. Аналіз якості монтажу, темпу, зрозумілості повідомлення та придатності для соціальних мереж.
	Самостійна робота 10 год.	Проаналізувати три приклади коротких рекламних відео й сформулювати критерії ефективності. Розробити два сценарії та розкадрування за допомогою ШІ. Створити й змонтувати коротке відео у CapCut або Canva Video, додати субтитри та брендovані елементи. Оцінити відео та оформити висновки.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 5 Social Media Marketing Certification Course (HubSpot Academy) — розроблення стратегії соціальних мереж, створення контенту, планування публікацій та оцінювання залучення аудиторії; використання цих навичок у підготовці AI-відео й дописів. https://academy.hubspot.com/courses/social-media		
РОЗДІЛ 2. AI-ВІДЕО, РЕКЛАМА, АНАЛІТИКА ТА АВТОМАТИЗАЦІЯ МАРКЕТИНГУ		
Тема 6. ШІ в інтернет-рекламі Google Ads, Meta Ads та SMM <u>Знати:</u> принципи використання автоматизації та AI-рекомендацій у Google Ads і Meta Ads; роль креативів, аудиторій, бюджету та рекламної мети; показники CTR, CPC, конверсії, CPA і ROAS; можливості ШІ для підготовки варіантів реклами та контролю результативності. <u>Вміти:</u> створювати варіанти рекламних оголошень і креативів; складати структуру навчальної рекламної кампанії; розподіляти умовний бюджет; аналізувати показники тестової кампанії; пропонувати поліпшення на основі даних, не покладаючись сліпо на AI-рекомендації. <u>Рекомендовані джерела:</u> 7, 13, 16, 17, 21, 22. Оцінювання за тему = 12 бал	Лекція 6 2 год.	Пояснювально-ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів, обговорення практичних AI-кейсів.
	Практичне заняття 11 2 год.	Усне опитування. Практикум із підготовки оголошень для Google Ads і Meta Ads з використанням ChatGPT, Gemini та Canva AI. Створення декількох рекламних текстів, варіантів банерів і закликів до дії. Кейс-метод: вибір креативу для різних рекламних цілей та аудиторій.
	Практичне заняття 12 2 год.	Усне опитування. Практикум із оцінювання рекламних результатів. Розрахунок CTR, CPC, CPA та конверсії за навчальним набором даних. Аналіз рекомендацій AI-сервісу щодо перерозподілу бюджету. Ситуаційне завдання: вибір між двома оголошеннями з різною вартістю та якістю результатів.
	Самостійна робота 12 год.	Обрати продукт і розробити бриф рекламної кампанії. Створити три варіанти оголошень та два AI-креативи для Google Ads або Meta Ads. Скласти тестовий медіаплан і розподіл бюджету. За навчальними даними обчислити рекламні метрики й аргументувати зміни кампанії.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 6 Цифрові медіа та маркетингові стратегії (Prometheus) — планування рекламних комунікацій у цифрових каналах, добір аудиторій, формування медіастратегії та оцінювання результатів рекламних кампаній. https://prometheus.org.ua/prometheus-free/digital-media-and-marketing-strategies/		
Тема 7. ШІ для маркетингової аналітики та оцінювання результатів	Лекція 7 2 год.	Пояснювально-ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів, обговорення практичних AI-кейсів.

<u>Знати:</u> основні джерела маркетингових даних; можливості ChatGPT, Gemini та Google Sheets для аналізу таблиць; поняття конверсії, залученості, середнього чека й рентабельності маркетингу; принципи інтерпретації графіків, перевірки обчислень і формування управлінських висновків. <u>Вміти:</u> аналізувати невеликі набори даних про рекламу та продажі; розраховувати ключові показники; візуалізувати результати; використовувати ШІ для пошуку закономірностей і підготовки звіту; перевіряти отримані цифри та формувати конкретні рекомендації. <u>Рекомендовані джерела:</u> 7, 13, 16, 17, 24. Оцінювання за тему = 12 бал	Практичне заняття 13 2 год.	Усне опитування. Практикум із аналізу даних рекламної кампанії у Google Sheets за підтримки ChatGPT або Gemini. Групування показників за каналами, розрахунок змін, побудова діаграм і короткого звіту. Кейс-метод: визначення причин зниження ефективності на підставі даних.
	Практичне заняття 14 2 год.	Усне опитування. Практикум із оцінювання продажів та ефективності маркетингових інструментів. Аналіз навчальних таблиць, виявлення сезонності й підготовка висновків із використанням AI-помічника. Ситуаційне завдання: перевірка числових помилок у сформованому ШІ звіті та коригування рекомендацій.
	Самостійна робота 10 год.	Зібрати або отримати навчальну таблицю маркетингових показників. Перевірити дані, розрахувати конверсію, CPA та динаміку продажів. Створити візуалізації й сформувати з допомогою AI-помічника аналітичний звіт. Перевірити числові висновки та підготувати рекомендації.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 7 HubSpot Marketing Hub Software Certification Course (HubSpot Academy) — організація маркетингових кампаній, робота з контактами та сегментами, аналітичними звітами й автоматизацією; практичне застосування результатів AI-аналізу. https://academy.hubspot.com/courses/hubspot-marketing-hub-software		
Тема 8. AI-чатботи, персоналізація та автоматизація клієнтських комунікацій <u>Знати:</u> можливості ChatGPT, Gemini і доступних конструкторів чатботів для підтримки клієнтів; сценарії FAQ, консультацій, нагадувань і персоналізованих пропозицій; зв'язок чатботів із CRM; правила етичної комунікації, конфіденційності та передачі звернень оператору. <u>Вміти:</u> розробляти логіку діалогів і базу відповідей; створювати сценарії персоналізованих повідомлень; тестувати відповіді AI-асистента; знаходити ризики недостовірних рекомендацій та надмірної автоматизації; оцінювати якість обслуговування клієнтів. <u>Рекомендовані джерела:</u> 4, 8, 9, 11, 18, 20. Оцінювання за тему = 12 бал	Лекція 8 2 год.	Пояснювально-ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів, обговорення практичних AI-кейсів.
	Практичне заняття 15 2 год.	Усне опитування. Практикум із розроблення бази знань AI-чатбота для інтернет-магазину. Підготовка відповідей на запитання про асортимент, доставку, оплату та повернення. Кейс-метод: тестування складних звернень і визначення ситуацій передачі клієнта оператору.
	Практичне заняття 16 2 год.	Усне опитування. Практикум із побудови сценарію персоналізованої комунікації за допомогою ChatGPT або Gemini. Розроблення послідовності повідомлень для нового, постійного та неактивного клієнта. Ситуаційний аналіз: виправлення недоречних пропозицій і перевірка дотримання правил роботи з даними.
	Самостійна робота 12 год.	Проаналізувати типові запитання клієнтів обраного онлайн-магазину. Скласти базу знань та сценарій щонайменше з 12 запитань і відповідей. Протестувати сценарії на складних випадках, позначити передачу оператору. Підготувати три персоналізовані ланцюжки повідомлень, звіт і рекомендації.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 8 Email Marketing Software (HubSpot Academy) — сегментація клієнтів, підготовка персоналізованих повідомлень, автоматизація email-кампаній та аналіз їхньої результативності. https://academy.hubspot.com/courses/email-marketing-software		
Тема 9. Розроблення комплексної AI-маркетингової кампанії <u>Знати:</u> етапи підготовки AI-маркетингової кампанії; взаємозв'язок дослідження ринку, позиціонування, рекламних текстів, банерів, відео та аналітики; критерії добору AI-платформ; вимоги	Лекція 9 2 год.	Пояснювально-ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів, обговорення практичних AI-кейсів.
	Практичне заняття 17 2 год.	Усне опитування. Практикум «Проект AI-маркетингової кампанії». Вибір продукту, цільової аудиторії та рекламних каналів. Створення комплексу матеріалів за допомогою Gemini або

до бюджету, KPI, авторських прав і контролю створених матеріалів. Вміти: планувати маркетингову кампанію з використанням декількох AI-сервісів; формувати медіаплан, рекламні повідомлення, графічні та відеокреативи; оцінювати ресурсні потреби; аргументовано захищати рішення й визначати показники результативності. Рекомендовані джерела: 2, 3, 9, 10, 15, 17, 19, 23. Оцінювання за тему = 14 бал		ChatGPT, Canva AI, Adobe Firefly та CapCut: рекламні тексти, банери, сценарій відео й медіаплан. Кейс-метод: оцінювання сильних і слабких сторін концепції.
	Практичне заняття 18 2 год.	Усне опитування. Практикум із презентації та експертного оцінювання AI-маркетингових кампаній. Захист бюджету, каналів, креативів і KPI; взаємна оцінка робіт за критеріями маркетингової доцільності, якості AI-контенту й достовірності фактів. Ситуаційне завдання: коригування кампанії за зміни бюджету або цільової аудиторії.
	Самостійна робота 12 год.	Визначити товар, сегменти споживачів, цілі й KPI кампанії. З використанням щонайменше трьох AI-сервісів розробити рекламні тексти, серію банерів і сценарій короткого відео. Підготувати медіаплан, бюджет і правила контролю контенту. Оформити презентацію та підсумковий захист концепції.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 9	Content Strategy Course (HubSpot Academy) — побудова цілісної контент-стратегії, створення тематичного плану, узгодження матеріалів із потребами споживачів і просування контенту в межах маркетингової кампанії. https://academy.hubspot.com/courses/content-strategy	
МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ		
Комп’ютерний клас із доступом до Інтернету; мультимедійний проектор; Google Classroom; табличні редактори; доступні безкоштовні версії ChatGPT, Google Gemini, Google AI Studio, Microsoft Copilot, Canva AI (Magic Studio), Adobe Firefly, Microsoft Designer, Adobe Express, CapCut, Google Trends і Google Sheets. Використання платних функцій не є обов’язковою умовою виконання завдань; за обмежень доступу допускається рівноцінний безкоштовний аналог.		
ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ		
1. Russell S., Norvig P. Artificial Intelligence: A Modern Approach. 4th ed. Pearson, 2021. 2. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 5.0: Technology for Humanity. Wiley, 2021. 3. Iansiti M., Lakhani K. R. Competing in the Age of AI. Harvard Business Review Press, 2020. 4. Davenport T. H., Mittal N. All-in on AI: How Smart Companies Win Big with Artificial Intelligence. Harvard Business Review Press, 2023. 5. Google. Machine Learning Crash Course. https://developers.google.com/machine-learning/crash-course 6. Google Cloud Skills Boost. Introduction to Generative AI Learning Path. https://www.cloudskillsboost.google/paths/118 7. Google Ads Skillshop. Навчальні матеріали з вимірювання та автоматизації реклами. https://skillshop.withgoogle.com/ 8. Microsoft Learn. AI learning hub. https://learn.microsoft.com/training/ai/ 9. NIST. Artificial Intelligence Risk Management Framework (AI RMF 1.0), 2023. https://www.nist.gov/itl/ai-risk-management-framework 10. NIST. Artificial Intelligence Risk Management Framework: Generative Artificial Intelligence Profile (AI 600-1), 2024. https://doi.org/10.6028/NIST.AI.600-1 11. European Commission. AI Act: Regulatory framework for artificial intelligence. https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/regulatory-framework-ai 12. Google. Google Trends Help. https://support.google.com/trends/ 13. Виноградова О., Ромащенко О., Снітко А. Ефективність використання інтернет-інструментів як чинник забезпечення конкурентоспроможності підприємств в інтернет-середовищі. Економіка та суспільство. 2026. Вип. 85. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/ 14. Ромащенко О. С., Кондрашов О. А., Снітко А. С. Інтернет-середовище як інтегрована цифрова система. Інтернаука. Серія: Економічні науки. 2026. № 2. DOI: https://doi.org/10.25313/2520-2294-2026-2-11996 15. Виноградова О., Сьомкіна Т., Воскобоева О., Ромащенко О., Снітко А. Вдосконалення системи стратегічного управління підприємством в інтернет-середовищі. Актуальні питання економічних наук. 2026. № 20. URL: https://a-economics.com.ua/index.php/home/article/view/1142 16. Ромащенко О. С., Воскобоева О. В., Снітко А. С. Оцінка результативності інтернет-маркетингу як індикатор стратегії розвитку підприємства. Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту. 2025. № 3–4. URL: https://ir.nasoa.edu.ua/handle/123456789/2049 17. Ромащенко О. С., Дарчук В. Г., Качмала В. І., Снітко А. С. Система показників оцінки ефективності управління маркетинговою діяльністю. Бізнес Інформ. 2025. № 1. С. 471–479. URL: https://www.business-inform.net/article/?year=2025&abstract=2025_1_0_471_479		

18. 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). DOI: <https://doi.org/10.31673/2415-8089.2024.010101>
19. Федюнін С. А., Виноградова О. В., Богущ С. А. Як штучний інтелект змінює маркетинг. Матеріали VII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Маркетинг майбутнього: виклики та реалії». Київ: ДУІКТ, 2025. С. 170. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/p_2779_26171712.pdf
20. Совершенна І. О., Рязанцев В. С. Тенденції розвитку сучасного маркетингу: від цифровізації до людяності. Матеріали VII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Маркетинг майбутнього: виклики та реалії». Київ: ДУІКТ, 2025. С. 100. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/p_2779_55525382.pdf
21. Снітко А. С. Методичні рекомендації для самостійної роботи з дисципліни «Digital-маркетинг». Київ: ДУІКТ, 2025. 53 с. URL: <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/1798/view/58>
22. Снітко А. С. Методичні рекомендації для самостійної роботи студентів з дисципліни «Маркетинг у соціальних мережах (SMM-маркетинг)». Київ: ДУІКТ, 2025. 54 с. URL: <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2283>
23. Виноградова О., Совершенна І., Ігнатенко О.В., Снітко А.С. Контент-маркетинг. Навчальний посібник. Київ: ДУІКТ, 2024. 119 с. https://duikt.edu.ua/uploads/l_2362_79023663.pdf
24. Сьомкіна Т. В., Ігнатенко О. В., Качмала В. І., Снітко А. С. Методичні рекомендації для вивчення дисципліни «Інформаційний маркетинг». Київ: ДУІКТ, 2024. 38 с. URL: <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/1137>

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 ШІ тексту, коду чи розрахунків без критичного аналізу, власного опрацювання та зазначення використання ШІ розцінюється як академічна нечесність (плагіат/приховування авторства).
 - Заборонено завантажувати в публічні моделі ШІ персональні дані, конфіденційну інформацію, закриті наукові чи службові розробки.
 - В аудиторії здобувачі не допускаються до списування, обману та прихованого використання ШІ. 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 ШІ у закладах вищої освіти](#).

КРИТЕРІЙ 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	До 1 бала в межах тематичного оцінювання (за змістовні відповіді).
доповідь з презентацією за тематикою самостійної роботи	До 4 балів за презентацію та перевірку наведених даних у межах теми.
усне опитування, тестування	До 2 балів за тематичні запитання й тести у межах теми.
участь у обговоренні ситуаційного завдання, навчальній дискусії	До 3 балів за дискусії, командні кейси та обґрунтування AI-рішень у межах теми.
Додаткова оцінка за видами діяльності за тематикою дисципліни	
Участь у вебінарах, тренінгах	за кожні 0,1 кредити 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
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. 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)

82-89	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) <i>В залікову книжку не представляється</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 представляється</i>