



## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### «Цифровий маркетинг»

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Освітньо-професійна програма	Маркетинг
Факультет	економічний
Кафедра	Менеджменту та маркетингу
Семестр	5
Кількість кредитів	6
Мова викладання	українська
Викладач	к.е.н., доцент Демидюк Сергій Максимович
Контактна інформація	+380967220151

### ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ДИСЦИПЛІНУ

Анотація	Предмет вивчення дисципліни: теоретичні основи формування систем цифрового маркетингу та практичне застосування цифрових технологій в маркетингової діяльності.
Мета та цілі	Метою вивчення дисципліни «Цифровий маркетинг» є формування системи знань у сфері цифрового маркетингу, розробки та проведення маркетингових заходів в мережі Інтернет. Основними завданнями дисципліни «Цифровий маркетинг» є: одержати систематичні, теоретичні знання в галузі цифрового (інтерактивного) маркетингу; поглибити знання студентів про сутність та основні функції цифрового маркетингу, його роль у розвитку підприємництва; вивчити основні інструменти інтерактивного маркетингу; вивчити зміст та особливості віртуальних маркетингових комунікацій; надати можливість майбутньому фахівцю об'єктивно оцінювати економічні процеси результативності маркетингу в Інтернет-мережі.
Результати навчання	Опанувавши дисципліну «Цифровий маркетинг» студенти повинні володіти такими програмними результатами навчання: 1. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. 2. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. 3. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового

	інструментарію. 4. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. 5. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. 6. Виявляти навички розробки та впровадження маркетингових стратегій у цифровому просторі.
<b>Soft skills</b>	Під час вивчення дисципліни студент отримує можливість формувати та розвивати soft skills – удосконалювати навички комунікації, здатність аналізувати та оцінювати, брати на себе відповідальність і працювати в критичних умовах, вміти влагоджувати конфлікти, презентувати себе і свою позицію, працювати в команді, раціонально планувати робочий час, здатність логічно і системно мислити, креативність, толерантність.
<b>Пререквізити</b>	Базові знання з дисциплін: «Маркетинг», «Поведінка споживача», «Інформаційно-комунікаційні технології», «Основи веб-аналітики», «Маркетингова товарна політика», «Маркетингові комунікації», «Маркетингова політика розподілу».

#### СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

Тема	План, короткі тези	Завдання	К-сть балів
<b>Тема 1. Вступ до цифрового маркетингу</b>	Актуальність цифрового маркетингу. Суть цифрового маркетингу. Обов'язки фахівців з цифрового маркетингу. Універсальні навички для цифрового маркетингу. Порівняння роботи фахівцем в агентстві та в штаті. Сутність, історія та види електронної комерції.	Вивчення лекційного матеріалу, виконання тестових завдань	2
<b>Тема 2. Цикл взаємодії з клієнтом і маркетингова лійка</b>	Переваги й проблеми цифрового маркетингу. Інклюзивний маркетинг. Цикл взаємодії з клієнтом і карти циклу взаємодії. Точка взаємодії. Маркетингова лійка. Від традиційної маркетингової лійки до лійки цифрового маркетингу. Верхівка лійки: поінформованість і розгляд. Оцінювання успіху на верхівці лійки. Низ лійки: конверсія та лояльність. Оцінювання успіху внизу лійки.	Вивчення лекційного матеріалу, виконання тестових завдань	3
<b>Тема 3. Стратегія цифрового маркетингу</b>	Цінність брендів для цифрового маркетингу. Безпека бренду. Елементи стратегії цифрового маркетингу. Пошук своєї аудиторії та розуміння своїх клієнтів. Визначення маркетингових цілей. Різниця між бізнес-цілями та маркетинговими цілями. Як визначати цілі SMART. Платні, власні та здобуті медіа канали. Залучення клієнтів за допомогою пошукової оптимізації. Залучення клієнтів за допомогою пошукового маркетингу. Медійна реклама. Знайомство з маркетингом у соціальних мережах та маркетингом електронною поштою. Основи маркетингу в соціальних мережах. Вибір оптимальної платформи для своєї цільової аудиторії. Формування взаємин з аудиторією за допомогою маркетингу електронною поштою. Типи кампаній електронною поштою.	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття, виконання тестових завдань	3

<b>Тема 4. Вимірювання результативності заходів цифрового маркетингу</b>	Вимірювання ефективності реклами за показниками результативного маркетингу. Загальні показники результативності. Опрацювання даних. Етика використання даних. Моделі атрибуції для цифрового маркетингу. Основні компоненти презентації даних. Структура презентації даних.	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття, виконання тестових завдань	3
<b>Тема 5. Портрет клієнта та маркетингова лійка</b>	Персонажі клієнтів цільової аудиторії. Як створити портрет клієнта. Ознайомлення з маркетинговою лійкою та її перевагами. Етап знайомства: стратегії для знайомства клієнтів із брендом. Етап обмірковування: стратегії формування інтересу до товару чи послуги. Конверсія: стратегії підвищення коефіцієнта конверсії на веб-сайті. Лояльність: стратегії підвищення лояльності клієнтів після покупки.	Вивчення лекційного матеріалу, виконання тестових завдань	3
<b>Тема 6. Поняття пошукової оптимізації (SEO)</b>	Як працює пошукова система Google. Як Google визначає рейтинг веб-сайтів. Деталізація сторінок результатів пошуку Google (SERP). Інші популярні пошукові системи. Що таке SEO та чому це важливо. Перші кроки перед упровадженням SEO. Дослідження ключових слів і відповідні рекомендації. Упорядкування сторінок сайту: структура сайту та навігація. Найкращі способи впорядкування ієрархії сайту.	Вивчення лекційного матеріалу, виконання тестових завдань	2
<b>Тема 7. Застосування пошукової оптимізації (SEO)</b>	Оптимізація контенту сайту. Оптимізація зображень для сайту. Адаптація сайту для мобільних пристроїв. Ефективні заголовки та метаописи. Створення розмітки структурованих даних. Розміщення даних про компанію в Google. Знайомство з Google Search Console. Звіти та метрики Google Search Console. Bing Webmaster Tools.	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття, виконання тестових завдань	3
<b>Тема 8. Пошуковий маркетинг (SEM) і медійна реклама</b>	Сутність та важливість пошукового маркетингу. Поширені формати оголошень SEM в Google Ads. Стратегії призначення ставок Google Ads. Принципи роботи Google Ads. Визначення ключових слів і знайомство з аукціоном оголошень. Структура та організація облікового запису Google Ads. Створення оголошення Google. Вступ до медійної реклами. Адаптивне медійне оголошення. Реклама на YouTube.	Вивчення лекційного матеріалу, виконання тестових завдань	2
<b>Тема 9. Маркетинг у соціальних мережах</b>	Переваги маркетингу в соціальних мережах. П'ять основних принципів маркетингу в соціальних мережах. Здобуті, власні та платні медіаканали в соцмережах. Маркетингова лійка в соціальних мережах.	Вивчення лекційного матеріалу, виконання тестових завдань	3
<b>Тема 10. Стратегія, планування та публікація дописів у соціальних мережах</b>	Визначення цілей стратегії в соціальних мережах. Визначення цільової аудиторії в соціальних мережах. Популярні платформи соціальних мереж. Вибір соціальних мереж для кампанії. Створення ідентичності бренду в соціальних мережах. Типи контенту в соціальних мережах. Здобуті медіаканали. Визначення періодичності та часу розміщення дописів. Маркетинг у режимі реального часу. Використання календаря соціальних мереж. Інструменти керування соціальними мережами.	Вивчення лекційного матеріалу, виконання тестових завдань	3
<b>Тема 11. Моніторинг і</b>	Важливість моніторингу соціальних мереж. Стратегії моніторингу соціальних мереж. Популярні інструменти моніторингу соціальних	Вивчення лекційного матеріалу, виконання тестових завдань	3

<b>залученість у соціальних мережах</b>	мереж. Залученість у соціальних мережах. Відповіді користувачам у соціальних мережах. Збільшення кількості підписників у Twitter. Маркетинг впливу. Маркетинг у соціальних мережах на мобільних пристроях. Написання контенту для соціальних мереж. Розробка голосу бренду в соціальних мережах. Створення цікавого контенту для соціальних мереж. Спеціальні можливості. Ознайомлення з інтерфейсом Canva. Перепрофілювання контенту в соціальних мережах.		
<b>Тема 12. Аналітика та звіти соціальних мереж</b>	Розуміння аналітики соціальних мереж. Показники, які слід відстежувати за допомогою аналітики соціальних мереж. Популярні інструменти аналітики соціальних мереж. Тестування в соціальних мережах. Використання даних соціальних мереж для формування маркетингової стратегії. Звіти про соціальні мережі. Представлення звіту про соціальні мережі.	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття, виконання тестових завдань	3
<b>Тема 13. Платна реклама в соцмережах</b>	Переваги платної реклами в соцмережах. Інтеграція реклами в соцмережах у маркетингову стратегію. Розробка стратегії для платної реклами в соцмережах. Формати реклами в соцмережах. Вибір платформ соціальних мереж для розміщення реклами. Ремаркетинг у соціальних мережах. Створення ефективного заклику до дії в рекламі у соцмережах. Складові бюджету платної реклами в соціальних мережах. Вартість реклами в соціальних мережах. Призначення ставок за рекламу в соціальних мережах.	Вивчення лекційного матеріалу, виконання тестових завдань	3
<b>Тема 14. Маркетинг електронною поштою</b>	Сутність маркетингу електронною поштою. Виконання аналізів PESTLE та SWOT. Визначення цілей за технікою SMART. Створення стратегії маркетингу електронною поштою. Етика спілкування електронною поштою.	Вивчення лекційного матеріалу, виконання тестових завдань	2
<b>Тема 15. Види маркетингу електронною поштою</b>	Типи маркетингових електронних листів. Електронні листи для залучення клієнтів. Вітальні електронні листи. Інформаційні бюлетені. Рекламні електронні листи. Електронні листи для утримання клієнтів. Створення електронних листів для людей з особливими потребами. Спам.	Вивчення лекційного матеріалу, виконання тестових завдань	2
<b>Тема 16. Інструменти для маркетингу електронною поштою</b>	Складання списку адресатів. Сегментація списку адресатів відповідно до цільової аудиторії. Constant Contact. Написання результативних електронних листів. Інструменти для ефективної маркетингової кампанії електронною поштою. Вибір інструмента для маркетингової кампанії електронною поштою. Надсилання електронних листів у HubSpot. Надсилання електронних листів у Mailchimp. Помилки в маркетинговій кампанії електронною поштою.	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття, виконання тестових завдань	2
<b>Тема 17. Збір та аналіз даних кампанії електронною поштою</b>	Використання показників у маркетингу електронною поштою. Поширені показники маркетингу електронною поштою. Підготовка звіту за результатами маркетингової кампанії електронною поштою. Презентація зацікавленим сторонам даних маркетингової кампанії	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття, виконання тестових завдань	2

	електронною поштою.		
<b>Тема 18. Реалізація маркетингової кампанії електронною поштою</b>	Створення умов для маркетингової кампанії електронною поштою. Підготовка до реалізації маркетингової кампанії електронною поштою. Створення цілей SMART для кампанії електронною поштою. Сегментація списку адресатів. Створення серії електронних листів. Аналіз показників маркетингової кампанії електронною поштою. Створення презентації для зацікавлених сторін.	Вивчення лекційного матеріалу, виконання тестових завдань	2
<b>Тема 19. Медіапланування та маркетингова аналітика</b>	Медіаплани і цільові показники ефективності. Сутність медіапланування. Складові цифрового медіаплану. Цільові показники ефективності в цифровому маркетингу. Цільові показники ефективності, пов'язані з витратами. Навички маркетингової аналітики. Знайомство з Google Analytics. Знайомство з Google Ads. Інші інструменти для маркетингу й аналітики. Використання великих даних для маркетингової аналітики й автоматизації.	Вивчення лекційного матеріалу, виконання тестових завдань	3
<b>Тема 20. Використання показників із Google Analytics та Google Ads</b>	Початок роботи з Google Analytics. Глобальне тегування сайтів і Google Tag Manager. Робота з Google Analytics: моніторинг показників, створення досліджень. Змінні та налаштування вкладок у Google Analytics Explorations. Опрацювання показників Google Ads. Початок роботи з Google Ads. Інформаційні панелі, таблиці оцінок і звіти в Google Ads. Перегляд і застосування рекомендацій в Google Ads. Пов'язування Google Ads з Google Analytics. Експортування даних Google Ads і Google Analytics.	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття, виконання тестових завдань	3
<b>Тема 21. Вимірювання успішності маркетингових кампаній</b>	Обчислення показників ROI та ROAS. Вступ до A/B-тестування. Проведення A/B-тестування у сервісі Google Ads. Варіанти оголошення в A/B-тесті та стратегії призначення ставок у сервісі Google Ads. Інші інструменти для A/B-тестування. Моніторинг результатів A/B-тестування в Google Ads. Показники успішної маркетингової кампанії. Оцінювання успішності маркетингової кампанії.	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття, виконання тестових завдань	3
<b>Тема 22. Демонстрація даних та аналітичних висновків зацікавленим сторонам</b>	Співпраця із зацікавленими сторонами. Підготовка даних в електронних таблицях: сортування та фільтрування. Аналіз даних в електронних таблицях: сортування, фільтрування та порівняння. Підготовка даних в електронних таблицях: зведені таблиці. Аналіз даних в електронних таблицях: зведені таблиці. Візуалізація даних в електронних таблицях. Створення ефективних презентацій. Передові практики представлення даних. Оцінювання та вдосконалення презентацій.	Вивчення лекційного матеріалу, виконання індивідуального завдання (підготовка презентації), виконання тестових завдань	2
<b>Тема 23. Гарантія відмінного обслуговування: розвиток лояльності клієнтів онлайн</b>	Лояльність клієнтів. Програми винагород. Динамічний ремаркетинг. Комунікація після купівлі. Опитування клієнтів та ефективні запитання. Забезпечення відмінного обслуговування клієнтів. Визначення рівня задоволеності клієнтів.	Вивчення лекційного матеріалу, виконання тестових завдань	3

## ЛІТЕРАТУРА ТА НАВЧАЛЬНІ МАТЕРІАЛИ

### Основна:

1. Професійний сертифікат Цифровий маркетинг та електронна комерція Google / Google Career Certificates: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.cloudfront-alias.coursera.org/professional-certificates/google-digital-marketing-ecommerce-ua>
2. Основи цифрового маркетингу та електронної комерції / Google Career Certificates: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.cloudfront-alias.coursera.org/learn/foundations-of-digital-marketing-and-e-commerce-ua/home/module/1>
3. Залучення клієнтів і налагодження зв'язків у цифровому маркетингу / Google Career Certificates: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.coursera.org/learn/attract-and-engage-customers-ua/home/week/1>
4. Від уподобань до потенційних клієнтів: взаємодія з клієнтами онлайн / Google Career Certificates: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.coursera.org/learn/from-likes-to-leads-ua/home/module/1>
5. Нестандартні рішення в маркетингу електронною поштою / Google Career Certificates: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.coursera.org/learn/think-outside-the-inbox-ua/home/week/1>
6. Оцінка успішності: маркетингова аналітика та вимірювання / Google Career Certificates: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.coursera.org/learn/assess-for-success-ua/home/module/1>
7. Гарантія відмінного обслуговування: розвиток лояльності клієнтів онлайн / Google Career Certificates: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.coursera.org/learn/satisfaction-guaranteed-ua/home/week/1>
8. Успішні продажі: розробка, запуск і підтримка інтернет-магазину / Google Career Certificates: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.coursera.org/learn/make-the-sale-ua/home/week/1>
9. Маркетинг у цифровому середовищі : підручник / Н. Є. Летуновська, Л. М. Хоменко, О. В. Люльов та ін. ; за заг. ред. Н. Є. Летуновської, Л. М. Хоменко. – Суми : Сумський державний університет, 2021. – 259 с.
10. Слободяник А.М., Могилевська О.Ю., Романова Л.В., Салькова І.Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник. Київ. КиМУ, 2022. 228 с.
11. Діджитал маркетинг: навчально-методичний комплекс дисципліни: навч. посіб. для студ. спеціальності 075 «Маркетинг», перший (бакалаврський) рівень вищої освіти / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; автори: Н.Л. Писаренко – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. – 100 с.
12. Основи інтернет-маркетингу [Текст] : навч. посіб. / Н. Р. Кордзая. - Херсон : ОЛДІ-плюс, 2018 . Ч. 1. - 2018. - 180 с.
13. Основи інтернет-маркетингу [Текст] : навч. посіб. / Н. Р. Кордзая. - Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2018 . Ч. 2. - 2018. - 163 с.
14. Воронюк А., Поліщук О. Актуальний інтернет-маркетинг. Київ : «Агентство «ІРІО», 2018. 160 с.
15. Литовченко І.Л. Пилипчук В.П. Інтернет-маркетинг: Навчальний посібник. – К.: ЦУЛ 2017 - 184 с.

### Допоміжна:

16. Котлер Ф., Картаджайа Х., Сетіаван А. Розворот від традиційного до цифрового: технології просування в інтернеті / пер. з англ.. Київ : Форс Україна, 2020. 224 с.
17. Бакалярська-Станкевич Юстина. Контент-маркетинг: від стратегії до результату. — Кам'янець-Подільський: ОЛЕАН, 2023. - 180 с.
18. Метт Джонсон , Прінс Гуман. Вплив брендів. Таємна сила нейронауки в маркетингу. – Vivat. 2023. – 384 с.
19. Брайан Халліган, Дхармеш Шах. Вхідний маркетинг. Приваблюйте, залучайте і радуйте клієнтів онлайн. – Харків: Фабула. 2020. – 240 с.
20. Роберт Мак-Кі. Сторіноміка. Маркетинг у пострекламну епоху. – Vivat. 2019. – 240 с.
21. Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг. Навчальний посібник – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 332 с.
22. Dice R., Henneberry R. Digital Marketing. 2nd edition. John Wiley&Sons, Inc., Hoboken, New Jersey, 2020. 368 p.

23. Закон України «Про електронну комерцію» від 03.09.2015 р. № 675-VIII [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради. – 2015. – № 45, ст. 410. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19>.

24. Офіційний сайт Української асоціації маркетингу. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://uam.in.ua/>

25. Гвоздева А. А., Філіна О. В. Фейсбук та інстаграм. Від створення сторінки до розвиненої спільноти за 30 днів Книга-тренінг. Київ, Міжнародний фонд соціальної адаптації, 2021, 292 с. [https://duikt.edu.ua/uploads/l\\_2255\\_29401963.pdf](https://duikt.edu.ua/uploads/l_2255_29401963.pdf)

26. Гвоздева А.А., Філіна О. В. Реклама у фейсбуку та інстаграмі. Книга-інструкція з налаштування рекламних кампаній та керування ними. Київ, ТОВ «Гнозіс», 2021, 110 с. [https://duikt.edu.ua/uploads/l\\_2254\\_12113082.pdf](https://duikt.edu.ua/uploads/l_2254_12113082.pdf)

27. Використання соціальних мереж. Посібник з питань використання соціальних мереж, розроблений Департаментом преси і публічної інформації Консультативної місії ЄС в Україні, Київ, EUAM Ukraine, 2020, 156 с. [https://duikt.edu.ua/uploads/l\\_2221\\_75204611.pdf](https://duikt.edu.ua/uploads/l_2221_75204611.pdf)

28. Виноградова О. В., Недопако Н.М. Маркетинг у соціальних мережах: навч. посіб. Київ: ДУТ, 2022. 202 с.

29. Робота із соціальними мережами. Посібник з питань використання соціальних мереж, розроблений Департаментом преси і публічної інформації Консультативної місії ЄС в Україні. – Київ, 2020 р.

30. Швидка SMM-допомога : як використовувати соціальні мережі для розвитку організації та особистого бренду? ТОП 12 порад від експертів: навч. посіб. / Л. Гуляєва та ін. ; за заг. ред. Л. Гуляєвої. Київ : АПСВТ, 2021. 30 с.

31. Петрова І.Л., Дьячук І. В. Контент-маркетинг: навчально-методичний посібник: для студентів денної та заочної форм навчання спеціальності 075 «Маркетинг» освітнього ступеню «бакалавр» / І.Л. Петрова, І. В. Дьячук. – Київ: ВНЗ "Університет економіки та права "КРОК", 2023. – 30 с.

32. Виноградова О. В. Сучасні види маркетингу. Навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2019. 262 с.

33. Курбан О. В., Курбан С. О. Нейромаркетинг: реклама, PR, digital- marketing, брендинг : навч. посіб. Київ : Білий Тигр, 2019. 159 с.

### **Інформаційні ресурси**

1. Офіційний сайт Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського <http://www.nbuv.gov.ua/>

2. Аналітичні інструменти компанії Google - Google analytics, Google ads , Google search console

3. Support.google.com – довідка про всі можливості системи

4. Аналітичні інструменти соціальної мережі Facebook - Facebook advertising manager

5. Аналітика сайтів конкурентів - Similarweb.com, Youscan.com, Serpstat.com, SpyFu.com, Alexa.com

6. Аналітика соціальних сторінок конкурентів - SocialBackers.com, SocialBlade.com, Popster.com

7. Аналітика ринків- Trends.google.com, marketfinder.thinkwithgoogle.com

8. Бенчмарк ключових метрик - Worldstat.com, Adstage.io

9. Планування медійних кампаній - AdMixer.ua, creatives.admixer.com, Criteo.com

10. Планувальник ключових слів - Keywordkeg.com, Answerthepublic.com

11. Верифікація ключових слів - Trends.google.com, marketfinder.thinkwithgoogle.com

12. Аналітика та створення (редагування) відео на YouTube - Studio.youtube.com, vidIQ.com, TubeBuddy.com

13. Відкрита демо версія аналітики - <https://analytics.google.com/analytics/web/demoAccount>

14. Тестові системи сайтів - thinkwithgoogle.com/feature/testmysite/, SemRush.com

15. Створення креативу для сайту, соціальних мереж - Crello.com

16. Шаблони для створення сайтів - Tilda.cc, Wix.com, Wordpress.com

17. Онлайн опитування - SurveyMonkey <https://www.surveymonkey.com>

## ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

<b>Загальна політика</b>	Здобувач освіти має відвідувати всі заняття згідно розкладу, не спізнюватися. Дотримуватися етики поведінки. Працювати з навчальною літературою, з літературою на електронних носіях і в Інтернеті. При пропуску занять проводиться усна співбесіда за темою. Відпрацьовувати практичні заняття. Виконати індивідуальне завдання.
<b>Політика щодо дедлайнів та перескладання</b>	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку.
<b>Політика щодо академічної доброчесності</b>	Під час виконання завдань вимагається дотримання правил академічної доброчесності. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час онлайн-тестування. При виконанні усіх видів завдань у випадку використанні штучного інтелекту здобувач має дотримуватися Політики відповідального, етичного та безпечного використання технологій штучного інтелекту (ШІ) у Приватному вищому навчальному закладі «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука», розробленої для всіх учасників освітнього, наукового та адміністративного процесу.

## ОЦІНЮВАННЯ

Нарахування балів	
Види оцінювання	Бали
Змістовий модуль 1 (Теми 1-4)	11
Змістовий модуль 2 (Теми 5-8)	10
Змістовий модуль 3 (Теми 9-13)	15
Змістовий модуль 4 (Теми 14-18)	10
Змістовий модуль 5 (Теми 19-23)	14
Підсумковий контроль – іспит	40

Розподіл балів для оцінювання успішності студентів		
Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	відмінно
82-89	B	добре
74-81	C	
64-73	D	задовільно
60-63	E	
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни