

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІНЖЕНЕРНИЙ НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ім. Ю.М. ПОТЕБНІ
ЗАПОРІЗЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Директор Інженерного навчально-наукового
інституту ім. Ю.М. Потебні ЗНУ

_____ Наталя МЕТЕЛЕНКО
(підпис) (ім'я, прізвище)

« _____ » _____ 2025

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
Комп'ютерний практикум
«Цифрові сервіси маркетингу промислових підприємств»

(назва навчальної дисципліни)

підготовки _____ бакалавра _____
(назва освітнього ступеня)

денної та заочної форм здобуття освіти

освітньо-професійна програма _____ Інформаційна економіка _____
(назва)

спеціалізації / предметної спеціальності _____
(шифр і назва)

спеціальності _____ 051 Економіка _____
(шифр, назва спеціальності)

галузь знань _____ 05 Соціальні та поведінкові науки _____
(шифр і назва)

ВИКЛАДАЧ (-ЧІ): Глущевський В.В., доктор економічних наук, професор,
професор кафедри інформаційної економіки, підприємництва та фінансів
(ПІБ, науковий ступінь, вчене звання, посада)

Обговорено та ухвалено
на засіданні кафедри інформаційної
економіки, підприємництва та фінансів

Погоджено
Гарант освітньо-професійної програми

Протокол № ____ від “ ____ ” _____ 2025 р.
Завідувач кафедри

_____ Вікторія ХОРОШУН
(підпис) (ім'я, прізвище)

_____ Іван КЛОПОВ
(підпис) (ім'я, прізвище)

2025 рік



Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
«КОМП'ЮТЕРНИЙ ПРАКТИКУМ
«ЦИФРОВІ СЕРВІСИ МАРКЕТИНГУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ»

Зв'язок з викладачем: доктор економічних наук, професор

Глушчевський В'ячеслав Валентинович

E-mail: *glushevsky@ukr.net*

Телефон: (+38) 067 – 921 – 30 – 70

Інші засоби зв'язку: *Moodle (форум курсу, приватні повідомлення), а також Viber, Skype, Facebook, Messenger, Telegram – за вибором викладача*

Кафедра: *інформаційної економіки, підприємництва та фінансів, 11 корпус ЗНУ, ауд. Л318*

1. Опис навчальної дисципліни

Метою вивчення дисципліни «Комп'ютерний практикум «Цифрові сервіси маркетингу промислових підприємств» є формування у студентів знань та практичних навичок з використання сучасних цифрових сервісів для ефективного маркетингу на промислових підприємствах. Це включає освоєння методології маркетингової діяльності, розробку маркетингових стратегій, аналіз промислового ринку та застосування цифрових інструментів для просування продукції, ціноутворення, дистрибуції та комунікацій.

Міждисциплінарні зв'язки. Навчальна дисципліна «Комп'ютерний практикум «Цифрові сервіси маркетингу промислових підприємств» виступає інтелектуальною платформою у системі професійної підготовки фахівців-економістів, забезпечуючи інтеграцію знань із суміжних навчальних курсів та формування цілісної картини у майбутній професійній діяльності. Дисципліна безпосередньо пов'язана з навчальними дисциплінами циклу професійної підготовки «Маркетинг» (пререквізит) і «Електронна комерція» (постреквізит) та утворює разом з ними контур підсилення відповідних програмних компетентностей.

Застосування такого міждисциплінарного підходу створює умови для розвитку критичного та інноваційного мислення, сприяє перетворенню здобувача освіти на архітектора знання, здатного орієнтуватися в умовах динамічного цифрового простору та інформаційно-комунікаційного середовища.

Опановані в межах курсу знання та компетентності є базисом для виконання дослідницьких завдань, підготовки звіту з виробничої практики, участі у наукових заходах, а також подальшої професійної та академічної діяльності.



Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
«КОМП'ЮТЕРНИЙ ПРАКТИКУМ
«ЦИФРОВІ СЕРВІСИ МАРКЕТИНГУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ»

Паспорт навчальної дисципліни

Нормативні показники	Денна форма здобуття освіти	Заочна форма здобуття освіти
Статус дисципліни	Вибіркова	
Семестр	7-й	7-й
Кількість кредитів ECTS	3	
Кількість годин	90	
Лекційні заняття	20 год.	4 год.
Лабораторні заняття	20 год.	4 год.
Самостійна робота	50 год.	82 год.
Консультації	Щосереди, 13:05-14:25: конференція Google Meet - https://meet.google.com/xmi-oxmn-qgu	
Вид підсумкового семестрового контролю	Залік	
Посилання на електронний курс у СЕЗН ЗНУ (платформа Moodle)	https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=13914	

2. Методи досягнення запланованих освітньою програмою компетентностей і результатів навчання

У процесі вивчення навчальної дисципліни підсилюються такі програмні компетентності, необхідні для розв'язання практичних задач професійної діяльності.

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК7. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК9. Здатність до адаптації та дій в новій ситуації.

Спеціальні компетентності (СК):

СК1. Здатність виявляти знання та розуміння проблем предметної області, основ функціонування сучасної економіки на мікро-, мезо-, макро- та міжнародному рівнях.

СК7. Здатність застосовувати комп'ютерні технології та програмне забезпечення з обробки даних для вирішення економічних завдань, аналізу інформації та підготовки аналітичних звітів.

СК14. Здатність поглиблено аналізувати проблеми і явища в одній або декількох професійних сферах з врахуванням економічних ризиків та можливих соціально-економічних наслідків.

Формування програмних компетентностей сприяє формуванню у студентів *програмних результатів навчання* (ПРН), визначених Стандартом вищої освіти України для бакалаврів спеціальності 051 «Економіка», та узгоджених із матрицями 4-5 опису ОП «Інформаційна економіка».

Таблиця – Програмні результати та методи навчання, засоби діагностики за навчальною дисципліною «Комп'ютерний практикум «Цифрові сервіси маркетингу промислових підприємств»

Компетентності / результати навчання	Методи навчання	Форми і методи оцінювання
<p>ПР05. Застосовувати аналітичний та методичний інструментарій для обґрунтування пропозицій та прийняття управлінських рішень різними економічними агентами (індивідуумами, домогосподарствами, підприємствами та органами державної влади).</p>	<p>Словесні методи: лекція, ілюстрація, пояснення, діалог. Наочні методи: практичні/лабораторні заняття, схеми, таблиці. Дискусійні методи: обговорення проблемних питань. Частково-пошукові методи (проблемне навчання): самостійна робота, робота з підручником, контекстне навчання.</p>	<p>Практичні завдання (ПЗ 1.1-1.2; ПЗ 2.1-2.2), тестування (Т 1, Т 2), залік (підсумкове тестування (ПТ), виконання індивідуального практичного завдання (ПЗ).</p>
<p>ПР12. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати.</p>		
<p>ПР13. Ідентифікувати джерела та розуміти методологію визначення і методи отримання соціально-економічних даних, збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та соціальні показники.</p>		
<p>ПР17. Виконувати міждисциплінарний аналіз соціально-економічних явищ і проблем в однієї або декількох професійних сферах з врахуванням ризиків та можливих соціально-економічних наслідків.</p>		
<p>ПР19. Використовувати інформаційні та комунікаційні технології для вирішення соціально-економічних завдань, підготовки та представлення аналітичних звітів.</p>		

3. Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Сутність цифрового маркетингу та загальні засади формування інформаційних систем маркетингу промислового підприємства

Тема 1. Парадигма стійкого розвитку економічної системи України в умовах цифрових трансформацій

Концепція формування цифрового маркетингу в стратегії стійкого розвитку економічних систем на глобальному ринку. Цифрові технології як основа цифрової трансформації сучасного суспільства. Інформаційні відносини у суспільстві.

Тема 2. Маркетинг і цифрові технології

Цифровий маркетинг як специфічна форма класичного маркетингу в умовах зміни технологічного базису виробництва та інформатизації



Запорізький національний університет

Силабус навчальної дисципліни

«КОМП'ЮТЕРНИЙ ПРАКТИКУМ

«ЦИФРОВІ СЕРВІСИ МАРКЕТИНГУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ»

суспільства. Цифровий маркетинг як інноваційний інструмент управління. Основні напрямки розвитку цифрового маркетингу.

Тема 3. Формування стратегії цифрового маркетингу в умовах висококонкурентного середовища

Особливості формування стратегії цифрового маркетингу в умовах висококонкурентного середовища. Контент-маркетинг як ефективний інструмент для підвищення впізнаваності бренду, залучення нових клієнтів і зміцнення відносин з наявними клієнтами. Контент-маркетинг як інструмент успішного функціонування вітчизняних компаній.

Тема 4. Використання системи цифрового маркетингу для ефективного впровадження маркетингових стратегій промислового підприємства

Концептуалізація цифрового маркетингу як багаторівневої маркетингової системи на макрорівні. Концептуальна модель цифрової маркетингової системи. Формування системи маркетингу підприємства в середовищі Інтернету.

Тема 5. Особливості формування цільової аудиторії

Цільова аудиторія бізнесу. Формування цільової аудиторії. Складання портрету потенційного споживача.

Змістовий модуль 2. Засади розробки та впровадження цифрового маркетингу у діяльність промислових підприємств

Тема 6. Використання цифрових технологій у сучасному маркетингу

Цифрові технології у сучасному маркетингу. Інструменти цифрового маркетингу в умовах трансформації комунікацій сучасного промислового підприємства. Особливості застосування цифрових технологій у маркетинговій діяльності промислового підприємства.

Тема 7. Онлайн-платформи та цифрова реклама

Бізнес-модель платформ, які фінансуються за рахунок цифрової реклами. Пошук, соціальні мережі та їх екосистеми. Конкуренція серед пошукових систем.

Тема 8. Мобільний цифровий маркетинг

Мобільний маркетинг у сучасному світі. Тенденції мобільного маркетингу.

Тема 9. Управління онлайн-репутацією

Вплив іміджу підприємця на результати його діяльності. Управління онлайн-репутацією як важливий аспект роботи будь-якого бізнесу в онлайні та складова грамотної маркетингової стратегії. Способи управління репутацією в мережі Інтернет.

Тема 10. Формування програми цифрового маркетингу промислового підприємства

Маркетинговий аналіз та маркетингові дослідження в цифровому середовищі. Формування програми цифрового маркетингу та підвищення узгодженості взаємодії підприємств. Ефективність цифровізації підприємства та забезпечення підвищення ефективності його діяльності.

4. Структура навчальної дисципліни

Вид заняття / роботи	Назва теми*	Кількість годин		Згідно з розкладом
		о/д.ф.	з.ф.	
1	2	3	4	5
<i>Змістовий модуль 1. Сутність цифрового маркетингу та загальні засади формування інформаційних систем маркетингу промислового підприємства</i>				
Лекція 1	Парадигма стійкого розвитку економічної системи України в умовах цифрових трансформацій	2	–	тиждень 1
Лабораторне заняття 1		2	–	
Лекція 2	Маркетинг і цифрові технології	2	2	тиждень 2
Лабораторне заняття 2		2	–	
Лекція 3	Формування стратегії цифрового маркетингу в умовах висококонкурентного середовища	2	–	тиждень 3
Лабораторне заняття 3		2	–	
Лекція 4	Використання системи цифрового маркетингу для ефективного впровадження маркетингових стратегій промислового підприємства	2	–	тиждень 4
Лабораторне заняття 4		2	2	
Лекція 5	Особливості формування цільової аудиторії	2	–	тиждень 5
Лабораторне заняття 5		2	–	
Самостійна робота	Опрацювання лекційного матеріалу; підготовка до виконання ІПЗ; проміжного контролю.	10	26	<i>протягом 1-5 навчальних тижнів</i>

1	2	3	4	5
<i>Змістовий модуль 2. Засади розробки та впровадження цифрового маркетингу у діяльність промислових підприємств</i>				
Лекція 6	Використання цифрових технологій у сучасному маркетингу	2	–	тиждень 6
Лабораторне заняття 6		2	–	
Лекція 7	Онлайн-платформи та цифрова реклама	2	2	тиждень 7
Лабораторне заняття 7		2	–	
Лекція 8	Мобільний цифровий маркетинг	2	–	тиждень 8
Лабораторне заняття 8		2	–	
Лекція 9	Управління онлайн-репутацією	2	–	тиждень 9
Лабораторне заняття 9		2	–	
Лекція 10	Формування програми цифрового маркетингу промислового підприємства	2	–	тиждень 10
Лабораторне заняття 10		2	2	
Самостійна робота	Опрацювання лекційного матеріалу; підготовка та виконання ПЗ, підсумкового контролю	10	26	<i>протягом 6-10 навчальних тижнів</i>
Залік	Підготовка до підсумкового контролю: проходження комплексного підсумкового тесту, виконання Індивідуального практичного завдання (ПЗ).	30	30	<i>за розкладом сесії</i>
Разом		90	90	

* - деталізований перелік теоретичних питань та практичних завдань розміщено на сторінці дисципліни в СЕЗН ЗНУ Moodle

Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
«КОМП'ЮТЕРНИЙ ПРАКТИКУМ
«ЦИФРОВІ СЕРВІСИ МАРКЕТИНГУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ»

5. Види і зміст контрольних заходів

Вид заняття / роботи	Вид контроль-ного заходу	Зміст контрольного заходу*	Критерії оцінювання та терміни виконання*	Усього балів
1	2	3	4	5
На початку аудиторного заняття протягом семестру	Бліц-опитування (БО)	<u>Проміжний оглядовий зріз знань</u> за темами минулих лекцій і практичних занять (протягом 5-7 хвилин): самостійне опрацювання теоретичного (рівень «відтворення» та «розуміння») та практичного (рівень «застосування» та «створення») навчального матеріалу; формат - групові та індивідуальні завдання, обговорення та дискусія.	Передбачає надання повних відповідей і доповнень; спонукає здобувачів до систематичної самостійної роботи при підготовці до поточних занять; активізує абстрактне мислення із застосуванням методу аналізу та синтезу; <u>не передбачає бального оцінювання.</u>	-
<i>Змістовий модуль I</i>				
Лабораторне заняття 5 (5 тижднів)	Виконання практичного завдання 1 (ПЗ1)	<u>Перевірка рівня практичної складової сформованих ПРН</u> за матеріалом тем 1-5 в межах передбачає: Визначення цільової аудиторії бізнесу з урахуванням певних критеріїв і методів. Визначення цільової аудиторії інтернет-магазину й мережі його розміщення. Детальний опис споживача за ключовими особливостями. Етапи роботи з клієнтом від першого звернення до завершення покупки. <i>Перелік практичних завдань розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i>	ПЗ1 оцінюється комплексно максимально у 20 балів: – незадовільний рівень – 0 балів (<i>не зараховано</i>); – достатній рівень (60% – 100% від максимального балу) – 12-20 балів (<i>зараховано</i>). При формуванні шкали бальної оцінки стимулюється систематична робота здобувачів протягом семестру.	20
Лекція 5	Тестування за змістовим модулем 1 (Т1)	<u>Перевірка рівня теоретичної складової сформованих ПРН</u> за матеріалом тем 1-5. <i>Перелік тестових питань для самопідготовки розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i>	Тестові питання оцінюються: <i>правильно/неправильно</i> . Кількість рівнозначних питань – 10. Застосовується наступна шкала: – незадовільний рівень: 0-3 – 0 балів (<i>не зараховано</i>); – достатній рівень (60% - 100% від максимального балу): а саме: 4-5 – 6 балів; 6-7 – 7 балів; 8 – 8 балів; 9 – 9 балів; 10 – 10 балів. <i>Тест розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i>	10



1	2	3	4	5
<i>Змістовий модуль 2</i>				
Лабораторне заняття 10 (10 тиждень)	Практичне завдання 2 (ПЗ 2)	<p><u>Перевірка рівня практичної складової сформованих ПРН</u> за матеріалом тем 6-10. Повністю виконане ПЗ 2 передбачає: Пошук інформації за ієрархічно організованою тематичною структурою каталогів. Використання пошукових систем мережі Інтернет. Проведення кількісного аналізу таргетингової реклами на основі звіту у соціальних мережах. Аналіз ефективності таргетингової реклами за показниками. Оцінка ефективності інтернет-реклами та сайту підприємства.</p> <p><i>Перелік завдань, методичні рекомендації та вимоги щодо виконання та оформлення ПЗ 2 розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i></p>	<p>ПЗ 2 оцінюється комплексно максимально у 10 балів:</p> <ul style="list-style-type: none"> – незадовільний рівень – 0 балів (<i>не зараховано</i>); – достатній рівень (60% - 100% від максимального балу) – 12-20 балів (<i>зараховано</i>). <p>При формуванні шкали бальної оцінки стимулюється систематична робота здобувачів протягом семестру.</p>	20
Лекція 10	Тестування за змістовим модулем 2 (Т 2)	<p><u>Перевірка рівня теоретичної складової сформованих ПРН</u> за матеріалом тем 6-10. <i>Перелік питань для самопідготовки розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i></p>	<p>Тестові питання оцінюються: <i>правильно/неправильно</i>. Кількість рівнозначних питань – 10. Застосовується наступна шкала:</p> <ul style="list-style-type: none"> – незадовільний рівень: 0-3 – 0 балів (<i>не зараховано</i>); – достатній рівень (60% - 100% від максимального балу): а саме: <ul style="list-style-type: none"> 4-5 – 6 балів; 6-7 – 7 балів; 8 – 8 балів; 9 – 9 балів; 10 – 10 балів. – <i>Тест розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i> 	10
Усього за поточний контроль	4			60

Запорізький національний університет
 Силабус навчальної дисципліни
 «КОМП'ЮТЕРНИЙ ПРАКТИКУМ
 «ЦИФРОВІ СЕРВІСИ МАРКЕТИНГУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ»

1	2	3	4	5
Семестровий (підсумковий) контроль				
Залік	Теоретичне завдання: Тестування (ПТ)	«Розміщено в СЕЗН ЗНУ»	Тестові питання оцінюються: <i>правильно/неправильно</i> . Застосовується шкала переведення кількості правильних відповідей у бали з діапазону 6-10: – незадовільний рівень: 0-4 – 0 балів (<i>не зараховано</i>); – достатній рівень (60% - 100% від максимального балу): 5-20 – 6, 7, 8, 9, 10 балів (<i>зараховано</i> : 5-8 – 6 балів; 9-12 – 7 балів; 13-15 – 8 балів; 16-18 – 9 балів; 19-20 – 10 балів). <i>Тест розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i>	10
	Практичне завдання: Індивідуальне практичне завдання (ПЗ)	Індивідуальне письмове завдання (ПЗ) «Розміщено в СЕЗН ЗНУ»	Захист ПЗ можливий у двох форматах – індивідуально викладачеві (базовий рівень) та прилюдна презентація (високий рівень). ПЗ максимально оцінюється у 24 бали, прилюдного захисту – до 30 балів: – незадовільний рівень – 0 балів (<i>не зараховано</i>); – базовий рівень (60% - 85% від максимального балу) – 18-26 бали (<i>зараховано</i>); – високий рівень (86% - 100% від максимального балу) – 27-30 балів (<i>зараховано</i>).	30
Усього за семестровий (підсумковий) контроль				40

**Засоби діагностики рівня досягнення результатів навчання дисципліни та критерії оцінювання контрольних заходів.*

Тестування. Поточне та підсумкове оцінювання теоретичних завдань здійснюється у формі тестування з використанням платформи дистанційного навчання СЕЗН ЗНУ Moodle відповідно до календарного графіку поточних і підсумкового контролів. Проходження тестів відбувається після ідентифікації здобувача через його персональний аккаунт на сторінці дисципліни при увімкненому відео-режимі Zoom-конференції за умови дистанційної присутності викладача та передбачає обмежену у часі відповідь на теоретичні питання: для поточних контролів (Тести 1-2) – до 20 хвилин, як правило, або під час лекційного заняття перед завершенням поточного змістового модуля, або під час консультації за встановленим графіком; для комплексного підсумкового тесту – до 40 хвилин під час контактного аудиторного заняття на останньому тижні навчального семестру та/або на консультації за складеним розкладом.

Процедура оцінювання практичних завдань.

Оцінюванню підлягає виконання здобувачами 2 індивідуальних практичних завдань під час аудиторних практичних занять і поза аудиторної самостійної роботи. Кожне завдання виконується послідовно по мірі опанування здобувачем матеріалу тем відповідного змістового модуля, оформлюється у вигляді файлів MS Word / PowerPoint, здається на перевірку через персональний аккаунт у профілі цієї дисципліни в СЕЗН ЗНУ Moodle та

«ЦИФРОВІ СЕРВІСИ МАРКЕТИНГУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ»

після позитивного відгуку викладача захищається викладачеві у передбачений спосіб (на практичному занятті та/або консультації). Якщо відгук має критичні зауваження з боку викладача, то робота з відповідними коментарями повертається здобувачеві на доопрацювання. Обов'язковою умовою зарахування практичного завдання є усна перевірна комунікація «здобувач-викладач». У разі дистанційного навчання, захист практичних завдань відбувається з використанням інформаційно-комунікаційних технологій, зокрема при увімкненому відео-режимі Zoom-конференції.

Критерії оцінювання практичних завдань:

19-20 балів – завдання виконано самостійно та правильно, в повному обсязі; роботу здано на перевірку своєчасно, оформлено охайно; здобувач на високому рівні демонструє знання програмного матеріалу, відповіді на запитання, зокрема уточнюючі, при захисті роботи повні та аргументовані, наявні змістовні висновки та ілюстративні приклади;

16-18 балів – завдання виконано самостійно, в повному обсязі, загалом правильно, але містять незначні помилки; роботу здано на перевірку своєчасно, оформлення має несуттєві зауваження; відповіді на запитання при захисті роботи в цілому повні з незначними недоліками, є потреба у незначних доповненнях;

12-15 балів – завдання виконано самостійно, в повному обсязі, загалом правильно, але наявні окремі помилки; роботу здано на перевірку не своєчасно, але без порушення семестрового графіку освітнього процесу поточного навчального семестру; робота оформлена в межах вимог, але її зміст не достатньо структуровано та має виражений компілятивний характер; відповіді на запитання, зокрема уточнюючі та додаткові, при захисті роботи не повні або відсутні, містять помилки у вживанні спеціальної термінології;

0 балів – роботу не виконано або виконано не самостійно з порушенням принципів академічної доброчесності, зокрема виконано інший варіант завдання, та/або не в повному обсязі; наявні численні арифметичні та/або змістовні помилки; роботу здано на перевірку з порушенням семестрового графіку освітнього процесу поточного навчального семестру; оформлення роботи не відповідає вимогам; при захисті роботи здобувач не володіє навчальним матеріалом та/або відповіді на запитання відсутні.

Додаткові (заохочувальні) бали – до 10 балів.

Бальна система стимулювання поза аудиторної навчально-наукової активності здобувачів – це система додаткових балів, яку введено з метою заохочування здобувачів до планомірної, систематичної роботи з поглибленого опанування теоретичним матеріалом і стимулювання їх до творчого підходу та креативного мислення під час розв'язання практичних завдань, які передбачено цією дисципліною.

Поза аудиторна навчально-наукова активність здобувача є однією із форм самоосвіти (неформальна/інформальна) при формуванні результатів



«ЦИФРОВІ СЕРВІСИ МАРКЕТИНГУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ»

навчання цієї дисципліни та має бути підтверджена відповідним документом (диплом, сертифікат, свідоцтво тощо). Зміст поза аудиторних навчально-наукових активностей, за які можуть нараховуватися додаткові (заохочувальні) бали, повинні корелювати з результатами навчання дисципліни, зокрема за такі підтвержені види діяльності: участь у студентських олімпіадах; представлення результатів науково-дослідних робіт здобувача на студентських конкурсах, конференціях; наявність власних розробок і підготовленої роботи та презентації в частині науково-дослідних та прикладних досліджень, які проводяться викладачем навчальної дисципліни та відповідають її спрямуванню; участь у програмах здобуття неформальної/інформальної освіти (онлайн-курси, розміщені на відкритих навчальних платформах, воркшопи, вебінари, майстер-класи, тренінги тощо - за наявності відповідних сертифікатів); інші види та форми активностей у контексті змісту та РН дисципліни.

Якщо результати навчання (знання й уміння), отримані здобувачем під час самоосвіти, відповідають повністю або частково корелюють (неповні, схожі, але зі спорідненої галузі знань тощо) із РН дисципліни, які перевіряються поточними контролями певного змістового модуля, викладач має право оцінити їх при складанні здобувачем з урахуванням цих додаткових балів, але не перевищуючи максимальний бал за цей поточний контроль відповідно до критеріїв оцінювання. Отримані додаткові бали додаються *понад тих балів*, які здобувач може отримати, виконавши всі обов'язкові види робіт і склавши усі поточні контролю, - ці додаткові бали можуть стати вирішальними для отримання більш високої оцінки за весь курс! Тому, **НАПОЛЕГЛИВО РЕКОМЕНДУЄМО** здобувачеві скористатися цією нагодою та підвищити свій загальний бал (*максимально до 10 балів*), отриманий після виконання всіх обов'язкових видів контрольних заходів.

Процедура оцінювання індивідуального практичного завдання.

Індивідуальне підсумкове завдання (ІПЗ) є самостійна творча письмова робота як форма теоретичного контролю з метою стимулювання системного та креативного мислення у здобувачів, що втілюється у текст-роздум на тематику дисципліни. ІПЗ є комплексним завданням, що охоплює знання та навички, здобуті студентами протягом курсу. Мета ІПЗ полягає в розвитку навичок здобувача щодо самостійного творчого мислення, письмового послідовного викладу власних думок на задану проблематику та застосування набутих знань і отриманих висновків для донесення інформації, ідей, проблем та способів їх вирішення до фахівців і нефахівців. Робота над текстом виконується здобувачем під час самостійної роботи та оформлюється окремим текстовим файлом, здається на перевірку через персональний аккаунт у профілі цієї дисципліни в СЕЗН ЗНУ Moodle та після позитивного відгуку викладача захищається у передбачений спосіб (на контактному аудиторному занятті та/або на консультації). Якщо відгук має критичні зауваження з боку викладача,



«ЦИФРОВІ СЕРВІСИ МАРКЕТИНГУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ»

то робота з відповідними коментарями повертається здобувачеві на доопрацювання. Захист ПЗ може проводитися у форматі доповіді-презентації перед аудиторією, яка є однією із форм представлення результатів самостійної роботи студента та передбачає створення умов для повної реалізації його творчих можливостей.

Бальне оцінювання ПЗ передбачає два рівня складності – базовий (достатній) і високий (факультативний) рівні, які оцінюються у різні бали. У разі дистанційного навчання, захист ПЗ відбувається з використанням інформаційно-комунікаційних технологій, зокрема при увімкненому відео-режимі Zoom-конференції.

Критерії оцінювання індивідуального практичного завдання.

Базовий рівень складності:

Бальне оцінювання звіту з ПЗ та відповідей здобувача враховує диференційований рівень розуміння (РР) ним опанованого навчального матеріалу на основі таксономії SOLO (Structure of the Observed Learning Outcomes – Структура результатів навчання, які можна спостерігати (як поведінку)), що дозволяє релевантно оцінити рівень сформованості практичної складової програмних результатів навчання (рекомендація МОНУ, лист №1/9-344 від 24.06.2020, <https://surl.li/uldlbv>):

– РР 1: «не знати / не розуміти / частково впоратися із завданням» - 0 балів (не зараховано);

– РР 2: «назвати / розпізнати / виконати дії» та РР 3: «виконати послідовність дій / описувати» - 18-20 балів (зараховано);

– РР 4: «порівняти / показати зв'язки / обґрунтувати / аналізувати» - 21-23 бали (зараховано);

– РР 5: «теоретизувати / генерувати гіпотези / абстрагувати / створювати / формулювати» - 24-26 балів (зараховано).

24–26 балів – ПЗ виконано із дотриманням принципів академічної доброчесності та здано на перевірку своєчасно; ідея та концепція роботи релевантні заданому проблемному питанню; проблемне питання розкрито змістовно та по суті; автор чітко формулює думки, стилістично та орфографічно грамотно їх письмово викладає; використовує та структурує набуту з різних джерел інформацію, застосовує основні категорії аналізу-синтезу, індукції-дедукції, коректно виділяє причинно-наслідкові зв'язки; аргументує доводи, ілюструючи їх переконливими та конкретними прикладами, та узагальнює їх у своїх висновках відповідно до дослідженої проблематики;

21–23 бали – ПЗ виконано із дотриманням принципів академічної доброчесності та здано на перевірку своєчасно; автор розкриває проблематику достатньо повно, загалом ґрунтовно висвітлює тему, але наведені доводи та аргументи не підкріплені конкретними прикладами; здобувач володіє знаннями матеріалу з предметної області на достатньому рівні вимог, але було допущено незначні неточності в поясненні термінів, окремі тези чітко не сформульовано,



«ЦИФРОВІ СЕРВІСИ МАРКЕТИНГУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ»

переходи між ними загалом логічні, але не завжди структуровані та вмотивовані; у висновках відсутня виразна особистісна позиція щодо дослідженої проблематики; мають місце окремі стилістичні та орфографічні помилки;

18–20 балів – ПЗ виконано із дотриманням принципів академічної доброчесності та здано на перевірку не своєчасно, але без порушення семестрового графіку; автор розкриває проблематику не достатньо повно, загалом висвітлює тему, але наведені доводи та аргументи не підкріплені конкретними прикладами; здобувач володіє знаннями матеріалу з предметної області на достатньому рівні вимог, але було допущено суттєві неточності в поясненні термінів, окремі тези чітко не сформульовано, переходи між ними загалом логічні, але не завжди структуровані та вмотивовані; у висновках відсутня виразна особистісна позиція щодо дослідженої проблематики; мають місце стилістичні та орфографічні помилки.

0 балів – ПЗ виконано не самостійно або у тексті переважають фрагменти з інших джерел, які включено з порушенням принципів академічної доброчесності; роботу здано на перевірку з порушенням семестрового графіку освітнього процесу поточного навчального семестру; тему в роботі висвітлено поверхнево, невміння автора пов'язати предмет обговорення із сучасністю, застосування просторового викладу міркувань без підкріплення фактичним матеріалом або відсутня самостійність суджень; основна думка/теза явно не простежується або є незавершеною чи незв'язною; наведені доводи, аргументи та приклади не корелюють з проблематикою і висновками або загалом не відповідають запропонованій темі ПЗ; мають місце суттєві вади в оформленні тексту роботи, стилістика тексту не простежується, наявні численні орфографічні помилки.

Підвищений рівень складності – додаткові бали за прилюдний захист ПЗ:

3-4 бали – захист супроводжується слайдами-презентацією, презентацію структуровано за основними тезами, аргументами та висновками; доповідь логічна і змістовна, синхронізована з демонстрацією слайдів презентації, проголошена вільно; продемонстровано володіння основним і додатковим матеріалом дисципліни, фаховою термінологією, доповідач демонструє креативність та системність знань; під час доповіді демонструються ораторські навички, відповіді на запитання, зокрема уточнюючі, повні, аргументовані й особистісні, зокрема здобувач наводить ілюстративні приклади у контексті тематики ПЗ;

1-2 бали – захист супроводжується слайдами-презентацією, презентацію структуровано, але добір інформаційних матеріалів (таблиці, графіки, схеми, скріншоти розрахунків тощо) не завжди обґрунтований та/або контекстний; доповідь логічна та змістовна, проголошена переважно вільно; відповіді на запитання, зокрема уточнюючі, в цілому правильні й аргументовані, але не виходять за межі основного матеріалу дисципліни.



Запорізький національний університет

Силабус навчальної дисципліни

«КОМП'ЮТЕРНИЙ ПРАКТИКУМ

«ЦИФРОВІ СЕРВІСИ МАРКЕТИНГУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ»

Організація оцінювання результатів навчання для здобувачів заочної форми навчання

Освітній процес за заочною формою здобуття освіти в ЗНУ здійснюється поетапно протягом поточного навчального семестру та передбачає поєднання аудиторної роботи (під час настановної сесії) з елементами технологій дистанційного навчання (під час самонавчання - самостійної роботи із систематичного опрацювання теоретичних питань та виконання завдань з практичної підготовки з використанням навчально-методичного контенту, розміщеного на інформаційній платформі *Moodle* в *СЕЗН ЗНУ*), базується на нових дидактичних можливостях інформаційних технологій і сучасних навчальних засобів (засоби *Zoom*-конференцій тощо).

На першому етапі під час аудиторних занять відбувається отримання студентом бази знань і методики для самостійного засвоєння навчальної інформації та формування умінь (настановна сесія згідно з графіком освітнього процесу ЗНУ на поточний навчальний рік).

На другому етапі студент самостійно засвоює навчальний матеріал, виконує заплановані індивідуальні завдання, користується консультативною підтримкою з боку викладача навчальної дисципліни, зокрема з використанням визначених способів зв'язку, періодично звітує про їх виконання у форматі встановлених *поточних контролів* через персональний аккаунт у профілі цієї дисципліни в *СЕЗН ЗНУ Moodle* та після позитивного відгуку викладача захищає у передбачений спосіб (на контактному аудиторному занятті та/або на консультації). Якщо відгук має критичні зауваження з боку викладача, то робота з відповідними коментарями повертається здобувачеві на доопрацювання.

Поточний контроль призначений для перевірки рівня теоретико-практичної складової сформованих у здобувача результатів навчання з використанням технологій дистанційного навчання у форматі *тестових завдань* через персональний аккаунт у профілі цієї дисципліни в *СЕЗН ЗНУ Moodle* та передбачає виконання практичних завдань.

На третьому етапі здійснюється *підсумковий семестровий контроль* у формі *заліку*. Вимоги до проведення заліку та критерії оцінювання контрольних завдань для здобувачів денної та заочної форм навчання аналогічні.

Підсумковий контроль (для здобувачів очної та заочної форм навчання).

Семестровий контроль проводиться у формі заліку, що передбачає оцінювання виконаних завдань усіх контрольних заходів впродовж семестру. Нижня межа позитивного оцінювання кожного контрольного заходу складає 60% від максимальних балів, визначених для цього контрольного заходу, а негативний результат оцінюється в 0 балів. *Загальна семестрова бальна оцінка за дисципліну* складається як сума бальних оцінок за всі поточні контролі з усіх змістових модулів (з урахуванням додаткових балів за навчально-наукову



Запорізький національний університет

Силабус навчальної дисципліни

«КОМП'ЮТЕРНИЙ ПРАКТИКУМ

«ЦИФРОВІ СЕРВІСИ МАРКЕТИНГУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ»

активність), комплексний підсумковий тест та індивідуальне практичне завдання і не може перевищувати **100 балів**.

Залік отримують ті здобувачі, яким на встановлену дату проведення семестрового контролю з даної дисципліни зараховано всі поточні контрольні заходи з усіх змістових модулів, а також які отримали позитивні результати з комплексного підсумкового тесту та захистили на позитивну оцінку індивідуальне практичне завдання. *Інакше*, здобувач ліквідує існуючу поточну заборгованість на консультаціях, добирає за це відповідні бали з урахуванням встановлених критеріїв оцінювання, після чого йому виставляється залік та фіксується загальна семестрова бальна оцінка з цієї дисципліни за описаними вище правилами.

Бальна оцінка переводиться у **національну шкалу та шкалу ECTS**.

Шкала оцінювання ЗНУ: національна та ECTS

За шкалою ECTS	За шкалою університету	За національною шкалою
A	90 – 100 (відмінно)	Зараховано
B	85 – 89 (дуже добре)	
C	75 – 84 (добре)	
D	70 – 74 (задовільно)	
E	60 – 69 (достатньо)	
FX	35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання)	Не зараховано
F	1 – 34 (незадовільно – з обов'язковим повторним курсом)	

6. Основні навчальні ресурси

1. 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.

2. Слободяник А. М., Могилевська О. Ю., Романова Л. В., Салькова І. Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник. Київ. КиМУ, 2022. 228 с.

3. Цифрова економіка: тренди, ризики та соціальні детермінанти. Київ, 2020. URL: https://razumkov.org.ua/uploads/article/2020_digitalization.pdf.

4. Близнюк Т. Цифрові інструменти онлайн і офлайн навчання: навчально-методичний посібник. Івано-Франківськ: ПНУ ім. В. Стефаніка, 2021. 64 с.

5. Нечаєв В.П. Промисловий маркетинг: Навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. Кривий Ріг: МІНЕРАЛ, 2016. 185с.

Інформаційні ресурси

1. Сервер Верховної Ради України. URL: www.rada.gov.ua/.

2. Державна служба статистики України. URL: www.ukrstat.gov.ua.



Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
«КОМП'ЮТЕРНИЙ ПРАКТИКУМ
«ЦИФРОВІ СЕРВІСИ МАРКЕТИНГУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ»

7. Регуляції і політики курсу

Відвідування занять. Регуляція пропусків

У режимі очного навчання заняття відбуваються в аудиторії згідно розкладу занять, у режимі дистанційного навчання - у форматі онлайн-конференції з використанням платформи Zoom - посилання на Zoom-конференцію видається на початку семестру. Відвідування лекційних занять є вільним, бали за присутність на лекції не додаються, і штрафні бали за пропуски занять не передбачено. Разом з тим, інтерактивний характер викладання дисципліни передбачає обов'язкове відвідування практичних занять. Здобувачі, які були відсутні на практичних заняттях згідно встановленому графіку (за розкладом), обов'язково виконують ці практичні завдання, які розміщені на платформі СЕЗН ЗНУ Moodle.

Політика академічної доброчесності

Кожний здобувач зобов'язаний дотримуватися принципів академічної доброчесності. Письмові завдання з використанням часткових або повнотекстових запозичень з інших робіт без зазначення авторства – це плагіат. До здобувачів, у роботах яких буде виявлено списування, плагіат чи інші прояви недоброчесної поведінки, можуть бути застосовані різні дисциплінарні заходи (див. Кодекс академічної доброчесності ЗНУ). Під час виконання семестрових підсумкових контрольних заходів здобувач може користуватися лише переліком матеріалів, дозволених викладачем, що веде заняття з навчальної дисципліни. Використання інших матеріалів та інформаційних засобів (сторонні друковані матеріали, інтернет, мобільний телефон, планшет, смарт-годинник, додаткові вкладки браузера на комп'ютері (у разі комп'ютерного тестування) тощо) є порушенням Кодексу академічної доброчесності ЗНУ й дає підстави відсторонити цього здобувача від виконання підсумкового контролю та оцінити результати складання семестрового підсумкового контролю в нуль балів.

Використання комп'ютерів/телефонів на занятті

Будь ласка, вимкніть на беззвучний режим свої мобільні телефони та не користуйтеся ними під час занять. Мобільні телефони відволікають викладача та ваших колег. Під час занять заборонено надсилання текстових повідомлень, прослуховування музики, перевірка електронної пошти, соціальних мереж тощо. Електронні пристрої можна використовувати лише за умови виробничої необхідності в них та із метою пошуку навчальної або довідкової інформації, якщо це передбачено тематикою завдання (за погодженням з викладачем).

Комунікація

Базовою платформою для комунікації викладача зі здобувачами є платформа СЕЗН ЗНУ Moodle. Для персональних запитів використовується сервіс приватних повідомлень. Відповіді на «штатні» запити здобувачів подаються викладачем впродовж трьох робочих днів. Для оперативного отримання повідомлень про оцінки та нову інформацію, розміщену на сторінці курсу у Moodle, будь ласка, переконайтеся, що адреса електронної пошти, зазначена у вашому профайлі на Moodle, є актуальною. Якщо за технічних причин доступ до Moodle є неможливим, або ваше питання потребує термінового розгляду, відправте електронного листа з позначкою «Важливо» на адресу gluschevsky@ukr.net. У листі обов'язково вкажіть ваше прізвище та ім'я, курс та шифр академічної групи; електронна пошта має бути підписана справжнім ім'ям і прізвищем.



Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
«КОМП'ЮТЕРНИЙ ПРАКТИКУМ
«ЦИФРОВІ СЕРВІСИ МАРКЕТИНГУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ»
ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ

ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ 2025-2026 н.р. доступний за адресою:
<https://tinyurl.com/yckze4jd>.

АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ. Здобувачі та викладачі Запорізького національного університету несуть персональну відповідальність за дотримання принципів академічної доброчесності, затверджених **Кодексом академічної доброчесності ЗНУ:** <https://tinyurl.com/ya6yk4ad>. Декларація академічної доброчесності здобувача вищої освіти (додається в обов'язковому порядку до письмових кваліфікаційних робіт, виконаних здобувачем, та засвідчується особистим підписом): <https://tinyurl.com/y6wzzlu3>.

НАВЧАЛЬНИЙ ПРОЦЕС ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ. Перевірка набутих студентами знань, навичок та вмінь (атестації, заліки, іспити та інші форми контролю) є невід'ємною складовою системи забезпечення якості освіти і проводиться відповідно до Положення про організацію та методика проведення поточного та підсумкового семестрового контролю навчання студентів ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9tve4lk>.

НЕФОРМАЛЬНА ОСВІТА

Порядок перезарахування та визнання результатів навчання з навчальної дисципліни або її окремого компонента (змістовий модуль, поточний контроль тощо) можливо за умов підтвердження участі здобувача в неформальній/інформальній освіті (онлайн курси навчання, семінари, конференції, олімпіади, конкурси наукових робіт, літні чи зимові школи, бізнес-школи, тренінги, майстер-класи, наукові публікації, науково-дослідна робота, робота у студентських наукових гуртках, участь у кейс-чемпіонатах, індивідуальні завдання, що поглиблюють навчальний матеріал навчальної дисципліни, тощо) сертифікатами, свідоцтвами, іншими документами, здобутими поза основним місцем навчання, та регулюється Положенням ЗНУ про порядок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти (нова редакція): <https://surl.li/avapqb>.

ПОВТОРНЕ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІН, ВІДРАХУВАННЯ. Наявність академічної заборгованості до 6 навчальних дисциплін (в тому числі проходження практики чи виконання курсової роботи) за результатами однієї екзаменаційної сесії є підставою для надання студенту права на повторне вивчення зазначених навчальних дисциплін. Порядок повторного вивчення визначається Положенням про порядок повторного вивчення навчальних дисциплін та повторного навчання у ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9pkmmp5>. Підстави та процедури відрахування студентів, у тому числі за невиконання навчального плану, регламентуються Положенням про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів у ЗНУ: <https://tinyurl.com/ycds57la>.

ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТІВ. Порядок і процедури врегулювання конфліктів, пов'язаних із корупційними діями, зіткненням інтересів, різними формами дискримінації, сексуальними домаганнями, міжособистісними стосунками та іншими ситуаціями, що можуть виникнути під час навчання, регламентуються Положенням про порядок і процедури вирішення конфліктних ситуацій у ЗНУ: <https://tinyurl.com/57wha734>. Конфліктні ситуації, що виникають у сфері стипендіального забезпечення здобувачів вищої освіти, вирішуються стипендіальними комісіями факультетів, коледжів та університету в межах їх повноважень, відповідно до: Положення про порядок призначення і виплати академічних стипендій у ЗНУ: <https://tinyurl.com/yd6bq6p9>; Положення про призначення та виплату соціальних стипендій у ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9r5dpwh>.



Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
«КОМП'ЮТЕРНИЙ ПРАКТИКУМ
«ЦИФРОВІ СЕРВІСИ МАРКЕТИНГУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ»

ПСИХОЛОГІЧНА ДОПОМОГА. Телефон довіри практичного психолога **Марті Ірини Вадимівни** (061) 228-15-84, (099) 253-78-73 (щоденно з 9 до 21).

УПОВНОВАЖЕНА ОСОБА З ПИТАНЬ ЗАПОБІГАННЯ ТА ВИЯВЛЕННЯ КОРУПЦІЇ
Запорізького національного університету: **Банах Віктор Аркадійович.**

Електронна адреса: v_banakh@znu.edu.ua.

Гаряча лінія: Тел. (061) 227-12-76.

РІВНІ МОЖЛИВОСТІ ТА ІНКЛЮЗИВНЕ ОСВІТНЄ СЕРЕДОВИЩЕ. Центральні входи усіх навчальних корпусів ЗНУ обладнані пандусами для забезпечення доступу осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення. Допомога для здійснення входу у разі потреби надається черговими охоронцями навчальних корпусів. Якщо вам потрібна спеціалізована допомога, будь-ласка, зателефонуйте (061) 228-75-11 (начальник охорони). Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення у ЗНУ: <https://tinyurl.com/ydhcsagx>.

РЕСУРСИ ДЛЯ НАВЧАННЯ

НАУКОВА БІБЛІОТЕКА: <https://library.znu.edu.ua/>. Графік роботи абонементів: понеділок-п'ятниця з 08.00 до 16.00; вихідні дні: субота і неділя.

СИСТЕМА ЕЛЕКТРОННОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАННЯ ЗАПОРІЗЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ (СЕЗН ЗНУ): <https://moodle.znu.edu.ua/>.

Посилання для відновлення паролю: <https://moodle.znu.edu.ua/mod/page/view.php?id=133015>.

ЦЕНТР ІНТЕНСИВНОГО ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ: <https://sites.znu.edu.ua/child-advance/>.