

**ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА»**

Факультет суспільних і прикладних наук

Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з методичної роботи

 Ярослав ШТАНЬКО
"28" 08 2025 р.

ЦИФРОВІ КОМУНІКАЦІЇ

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Галузь знань:	06 Журналістика
Спеціальність:	061 Журналістика
Освітньо-професійна (освітньо-наукова) програма:	“Реклама та зв’язки з громадськістю”
Освітній рівень:	перший (бакалаврський)
Статус дисципліни:	обов’язкова
Мова викладання, навчання та оцінювання:	українська

**Івано-Франківськ
2025**

РОЗРОБНИК:
викладач



Олександр ДУБ

ЗАТВЕРДЖЕНО:

на засіданні кафедри журналістики,
реклами та зв'язків з громадськістю
протокол № 1 від 27 серпня 2025 р.
т. в. о. завідувача кафедри



Інна БАРВАРУК

УЗГОДЖЕНО:

Гарант ОПП



Віра КАЧМАР

СХВАЛЕНО:

на засіданні Науково-методичної ради, протокол № 1 від 29.08. 2025 р.

e-mail	<u>oleksandr.o.dub@ukd.edu.ua</u>
Номер аудиторії чи кафедри	<u>кафедра журналістики,</u> <u>реклами та зв'язків з громадськістю</u>
Посилання на сайт	<u>Олександр Дуб</u>
Сторінка курсу в СДО	<u>Цифрові комунікації</u>

ВСТУП

Анотація навчальної дисципліни «Цифрові комунікації»

Мета: формування системи теоретичних знань і практичних навичок щодо просування бізнесу в соціальних мережах, із вивченням методів, способі та інструментів сучасних соціальних мереж та інших онлайн рекламних майданчиків.

Завдання: вивчення основних принципів та інструментарію цифрового маркетингу для просування бізнесу в соціальних мережах, вміння проводити комплексне онлайн-просування бізнесу через соціальні мережі, складання плану просування у соціальних мережах, контент-плану публікацій, робота із сервісами для відео та аудіо інформації, підбір майданчиків та інструментів для реалізації поставленої задачі щодо просування бізнесу у соціальних мережах.

Предмет: навчальний курс з цифрового маркетингу базується на структурі роботи фахівця з інтернет-маркетингу. Курс розрахований на 2 семестри викладання. Отримані слухачами курсу теоретичні знання будуть підкріплюватися за допомогою практичних завдань, під час яких студенти у групах (чи індивідуально) згідно проекту будуть вести активне просування впізнаваності реального бізнесу та паралельно працюватимуть над залученням клієнтів засобами інтернет-реклами.

Впродовж семестру слухачі курсу виконують проміжні домашні завдання (що допомагають їм просуватись по проекту), а також періодично звітують про виконані конкретні етапи проекту у вигляді презентацій перед викладачем та іншими слухачами курсу. В кінці семестру студент здає іспит у вигляді презентації проекту просування бізнесу в мережі Інтернет, із поясненнями по всіх етапах, та із аналітичними даними щодо якісних та кількісних результатів які вдалося досягти за час ведення проекту (фактично, за навчальний семестр).

Компетентності та результати навчання, яких набувають здобувачі освіти внаслідок вивчення навчальної дисципліни (шифри та зміст компетентностей та програмних результатів навчання вказано відповідно до ОПП “Реклама та зв’язки з громадськістю” (2024/2026).

Шифр та назва компетентності	Шифр та назва програмних результатів навчання
ІК. Здатність розв’язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі соціальних комунікацій, що передбачає застосування положень і методів соціально-комунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов.	ПРН5. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань.
ЗК1. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.	ПРН14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов’язкових джерел інформації.
ЗК2. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.	ПРН15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.
ФК3. Здатність створювати медіапродукт.	ПРН17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Курс	3		
Семестр	6		
Кількість кредитів ЄКТС	3		
Аудиторні навчальні заняття		денна форма	заочна форма
	лекції	— (в годинах)	—4— (в годинах)
	семінари, практичні	— (в годинах)	—4— (в годинах)
Самостійна робота		— (в годинах)	—172— (в годинах)
Форма підсумкового контролю	екзамен		

Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни¹:

Пререквізити	Постреквізити
Мультимедійні технології	
Вступ до реклами	-
Реклама та піар	-
Івент-реклама	-
Цифровий маркетинг	

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Перелік тем лекційного матеріалу

Тема 1. Соціальна мережа Facebook. Та інші проекти, що належать бренду. (10 год)

1. Огляд соцмереж Facebook, Instagram, WhatsApp, Twitter, Youtube.
2. Принципи роботи алгоритму стрічки новин, базові налаштування та правила контентного наповнення.

Самостійне вивчення: ознайомитись з структурою компанії Meta та її основними активами. Виписати для обговорення на наступному занятті незрозумілі терміни.

.

¹ тільки для обов'язкових дисциплін

Тема 2. Способи написання рекламних текстів для соцмереж. (8 год)

1. Метод AIDA та похідні від нього
2. Слова-тригери.

Самостійне вивчення:засвоїти методи написання рекламних текстів.

Тема 3. Бізнес-сторінка на Facebook. (8 год)

1. Загальна статистика та аналітика бізнес-сторінки.
2. Інструменти публікації: Creator Studio, інтеграція з Instagram, брендований контент, ведення онлайн-трансляцій, кросспостинг відео.
3. Графічні та відеоредактори для створення креативів. Внутрішні інструменти соцмереж та пристроїв для створення креативів.

Самостійне вивчення: ознайомитись із повним функціоналом бізнес-сторінок на Facebook.

Тема 4. Бізнес-менеджер: що це і як він допоможе вам в управлінні вашими проектами. (8 год)

Самостійне вивчення:переглянути всі розділи із налаштуваннями в бізнес-менеджері.

Тема 5. Рекламний кабінет Facebook. (12 год)

1. Види рекламних кампаній.
2. Структура постів.
3. Типи аудиторій в рекламному кабінеті.
4. Таргетинг. Спліт тестування.

Самостійне вивчення:розібратись із рекламними цілями в рекламному кабінеті. Занотувати – яку ціль краще для якої мети використовувати.

Тема 6. Соціальна мережа Instagram. (6 год)

1. Принципи роботи алгоритму стрічки новин, базові налаштування та правила контентного наповнення.
2. Вимоги до тексту і зображень.
3. Хештеги та їх використання.
4. Створення постів: формати та види.
5. Зв'язування профілю зі сторінкою на фейсбук.
6. Різновиди профілів: бізнес та приватний.
7. Рекламне та природне збільшення кількості підписників
8. Робота з блогерами, мікроблогерами та інфлюенсерами. Моніторинг ефективності та добросовісного виконання домовленостей.

9. Сторіз. Рекламні сторіз. Взаємодія з Facebook. Інструменти. Тематики. Інтерактивні елементи. Мітки. Опитування

Самостійне вивчення: знайти інформацію щодо нових алгоритмів соцмережі та занотувати її.

Тема 7. Twitter та LinkedIn - що і для кого. (8 год)

Самостійне вивчення: опрацювати методи просування бізнес-профілів в LinkedIn. Дослідити соцмережу Threads.

Тема 8. Youtube. (10 год)

1. Поняття спільноти, каналу, підписника. Вимоги до описової частини відео, що заливається. Застосування посилань та перелінковок. Візуальне оформлення. Де брати музику для відео. Прикінцеві відео та заставки. Можливості для монетизації.
2. Як не порушити авторське право. Тайм-коди для зручної навігації. Онлайн-трансляції. Youtube як соцмережа (сторіз, короткі відео, публікації).

Самостійне вивчення: знайти інформацію щодо того, як правильно оптимізувати та завантажити відео на канал, аби воно потрапило в тренди.

Тема 9. Telegram. (12 год)

1. Структура роботи. Відмінності між чатами та каналами.
2. Основі можливості та способи просування й монетизації.

Самостійне вивчення: знайти інформацію щодо ризиків використання цього месенджера та соцмережі.

Тема 10. Способи природного просування контенту: групи на Facebook, чати та групи у Telegram. (8 год)

Самостійне вивчення: знайти інформацію щодо специфіки роботи із групами у Facebook.

Тема 11. E-mail-маркетинг. (6 год)

1. Чому спамити гріх і які ресурси використовувати для регулярної розсилки.

Самостійне вивчення: дослідити нові тренди в e-mail-маркетингу.

Тема 12. Звітність перед замовником. (8 год)

1. Структура та правила побудови. Різновиди. Звітність щодо зростання показників сторінки на Facebook чи/та профілю в Instagram. Показники рекламних кампаній в Facebook/Instagram.
2. Статистика сайту: природні та рекламні відвідування, аудиторія,

географія, тривалість перебування на сайті).

Самостійне вивчення: дослідити та оцінити зручність 3-4 сервісів для складання звітів з інтернет-маркетингу.

Зміст практичних занять

Тема 2. Способи написання рекламних текстів для соцмереж.

(12 год)

Написання рекламних оголошень за різними формулами для проекту

Самостійна робота: напишіть заголовки за допомогою формули РЗЧ: Результат, Заперечення, Час.

Складіть заголовки за наступними формулами

Р-З-Ч

Ч-З-Р

З-Р-Ч

Р-Ч-З

Відповідно до сформованих заголовків, напишіть 4 варіанти оголошення за формулою AIDA та 4 варіанти оголошення за формулою УППЧУД

Тема 3. Бізнес-сторінка на Facebook.

(12 год)

Створення фото чи/та відеокреативів до постів та рекламних оголошень для бізнес-сторінки (2 год)

Самостійна робота: відповідно до змісту раніше створених текстових рекламних оголошень, створіть 4 варіанти креативів (у вигляді графічного чи відеобанера). Формати креативів:

- для стрічки Фейсбук розміром 1080 на 1080 пікселів;

- для Сторіз на Фейсбук розміром 1080 на 1920 пікселів.

Загалом кожен із 4-х креативів має бути в двох розмірах (для стрічки та сторіз). Тобто разом має бути $4 \cdot 2 = 8$ макетів.

Створити сторінку на Facebook для вашого бізнесу (2 год)

Самостійна робота: 1. Створити сторінку.

2. Присвоїти їй коротку адресу.

3. Заповнити основні розділи: інформація, про компанію, ...

4. Графічно оформити сторінку: зробити аватарку та обкладинку.

5. Додати кнопку зв'язку: подзвонити/написати повідомлення в месенджері/написати на електронну скриньку/замовити.

6. Додати посилання на інші соцмережі та сайт (в розділі "Інформація").

Тема 4. Бізнес-менеджер: що це і як він допоможе вам в управлінні вашими проектами.

(10 год)

Створення бізнес-менеджера Facebook для проекту.

Самостійна робота: 1. Створити бізнес-менеджер (заповнити розділ "Про компанію").

2. Прив'язати до нього бізнес-сторінку.

3. Прив'язати Instagram-профіль (пізніше, після створення instagram-аккаунту в наступних практичних роботах).

4. Надати ролі доступів на рівні бізнес-менеджера і на рівні доступу до конкретних об'єктів (сторінок, пікселів, інстаграм-профілів).

5. Створити Піксель Facebook для проекту: отримати код що має бути встановлений на сайт.

Тема 5. Рекламний кабінет Facebook.

(12 год)

Створення Ads Manager.

Самостійна робота: 1. Створити рекламний кабінет всередині раніше створеного Бізнес-менеджера.

2. Ввести та підтвердити усі необхідні дані, підключити платіжний спосіб.

3. Створити аудиторії для реклами:

збережену за характеристиками користувачів;

спеціальну з користувачів що взаємодіяли зі сторінкою на Facebook,

схожу до користувачів що взаємодіяли зі сторінкою на Facebook.

4. Створити рекламне оголошення:

для креативів обрати зображення та відео з раніше розроблених (із практичної роботи зі створення креативів);

для текстів обрати декілька варіантів текстів із раніше розроблених (із практичної роботи);

мету (ціль) кампанії обрати, виходячи із обраних графічних та текстових креативів;

на виході маємо отримати Рекламне оголошення із статусом "На перевірці" в рекламному кабінеті.

Тема 8. Youtube.

(12 год)

Створення Youtube-каналу із оформленням та прописуванням базових налаштувань.

Самостійна робота: 1. Створити канал на Youtube.

2. Здійснити оформлення каналу:

- додати обкладинку;

- додати посилання на фейсбук та сайт проекту;

- прописати базові налаштування та налаштування відео по замовчуванню в розділі налаштувань каналу.

3. Завантажити відео з seo-описом (назва відео, текстовий опис, хештег).

4. Створити тайм-коди для завантаженого відео (із мінімум трьома фрагментами);

5. Створити 2 списки відтворення.

Тема 12. Звітність перед замовником.

(12 год)

Створення звіту перед замовником (за підсумками роботи над проектом у 1 та 2 семестрах)

Самостійна робота: Необхідно скласти звіт інтернет-маркетолога перед замовником, який буде містити наступні пункти:

титильна сторінка із назвою звіту та назвою проекту, періодом за який були виконані роботи що відображаються у звіті;

перша сторінка із переліком профілів/сторінок/сайтів що були створені протягом 2-х семестрів та активними гіперпосиланнями на них (див. файл Приклад Звіту 3_створення сторінок.pdf);

наступні розділи звіту

це опис виконаних робіт по кожному із практичних завдань;

висновки за результатами роботи, в яких тезисно описати все те чого навчились за 2 семестри, враховуючи також і теми до яких не було практичних завдань.

Вимоги до опису кожного із розділів звіту:

опис конкретного розділу звіту робити виходячи із того якою була постановка завдання до кожної практичної роботи, та подати дану інформацію в контексті того що це було виконано, але від свого імені (від імені команди);

до кожного розділу звіту додати не менше одного зображення що показує виконання завдання (знімок екрану чи зображення за тематикою розділу).

Зміст самостійної роботи студентів

Розподіл годин, виділених на вивчення дисципліни «Цифрові комунікації»

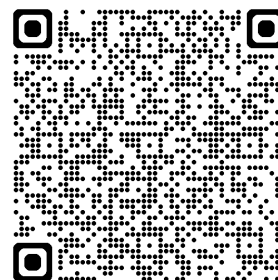
Найменування видів робіт	Розподіл годин	
	денна форма	заочна форма
Самостійна робота, год, у т.ч.:	-	172
Опрацювання матеріалу, викладеного на лекціях	-	36
Підготовка до практичних занять та контрольних заходів	-	20
Підготовка звітів з практичних робіт	-	46
Підготовка до поточного контролю	-	36
Опрацювання матеріалу, винесеного на самостійне вивчення	-	34

ПОЛІТИКА КУРСУ

Коротко, з покликанням на відповідну нормативну базу УКД, висвітлити питання.²

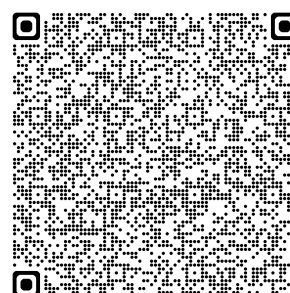
1) щодо системи поточного і підсумкового контролю

Організація поточного та підсумкового семестрового контролю знань студентів, проведення практик та атестації, переведення показників академічної успішності за 100-бальною шкалою в систему оцінок за національною шкалою здійснюється згідно з “Положенням про систему поточного і підсумкового контролю, оцінювання знань та визначення рейтингу здобувачів освіти”. Ознайомитись з документом можна за [покликанням](#).



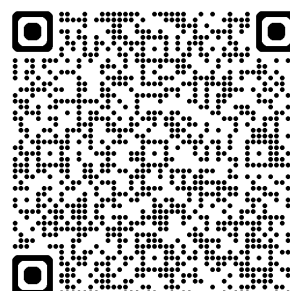
2) щодо оскарження результатів контрольних заходів

Здобувачі вищої освіти мають право на оскарження оцінки з дисципліни отриманої під час контрольних заходів. Апеляція здійснюється відповідно до «Положення про політику та врегулювання конфліктних ситуацій». Ознайомитись з документом можна за [покликанням](#).



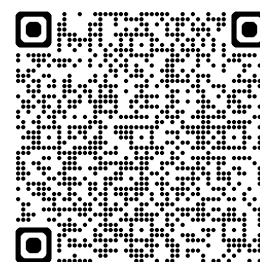
3) щодо відпрацювання пропущених занять

Згідно “Положення про організацію освітнього процесу” здобувач допускається до семестрового контролю з **конкретної навчальної дисципліни (семестрового екзамену, диференційованого заліку)**, якщо він виконав усі види робіт, передбачені на семестр навчальним планом та силабусом/робочою програмою навчальної дисципліни, підтвердив опанування на мінімальному рівні результатів навчання (отримав ≥ 35 бали), відпрацював визначені індивідуальним навчальним планом всі лекційні, практичні, семінарські та лабораторні заняття, на яких він був відсутній. Ознайомитись з документом можна за [покликанням](#).

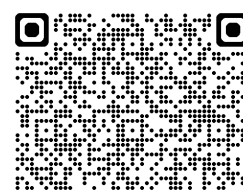


4) щодо дотримання академічної доброчесності

“Положення про академічну доброчесність” закріплює моральні принципи, норми та правила етичної поведінки, позитивного, сприятливого, доброчесного освітнього і наукового середовища, професійної діяльності та професійного спілкування спільноти Університету, викладання та провадження наукової (творчої) діяльності з метою забезпечення довіри до результатів навчання. Ознайомитись з документом можна за [покликанням](#).



5) щодо використання штучного інтелекту



² зміст пунктів може редагуватись з огляду на особливості курсу

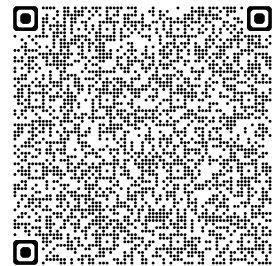
“Положення про академічну доброчесність” визначає політику щодо використання технічних засобів на основі штучного інтелекту в освітньому процесі. Ознайомитись з документом можна за [покликанням](#).³ “Положення про систему запобігання та виявлення академічного плагіату, самоплагіату, фабрикації та фальсифікації академічних творів” містить рекомендації щодо використання в академічних текстах генераторів на основі штучного інтелекту. Ознайомитись з документом можна за [покликанням](#).

6) щодо використання технічних засобів в аудиторії та правила комунікації

Використання мобільних телефонів, планшетів та інших гаджетів під час лекційних та практичних занять дозволяється виключно у навчальних цілях (для уточнення певних даних, перевірки правопису, отримання довідкової інформації тощо). На гаджетах повинен бути активований режим «без звуку» до початку заняття. Під час занять заборонено надсилання текстових повідомлень, прослуховування музики, перевірка електронної пошти, соціальних мереж тощо, окрім виробничої необхідності. Під час виконання заходів контролю використання гаджетів заборонено (за винятком, коли це передбачено умовами його проведення). У разі порушення цієї заборони результат анулюється без права перескладання. Комунікація відбувається через електронну пошту і сторінку дисципліни в Moodle.

7) щодо зарахування результатів навчання, здобутих шляхом формальної/інформальної освіти

Процедури визнання результатів навчання, здобутих шляхом формальної/інформальної освіти визначаються «Положенням про порядок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та / або інформальної освіти». Ознайомитись з документом можна за [покликанням](#).⁴



Під час вивчення навчальної дисципліни “Цифрові комунікації” студентам надається можливість перерахування неформальної освіти. До прикладу, із запропонованого переліку можна пройти сертифіковані (безкоштовні) курси на освітніх платформах, відтак сертифікат, який отримали під час навчання, — є підтвердженням засвоєння студентом окремих тем, що включені у зміст дисципліни.

³ визначається політика використання ШІ в навчальній дисципліні - дозволене/заборонене, правила використання

⁴ визначається перелік електронних та інших ресурсів та умови перерахування

МЕТОДИ НАВЧАННЯ

При вивченні дисципліни застосовується комплекс методів для організації навчання студентів з метою розвитку їх логічного та абстрактного мислення, творчих здібностей, підвищення мотивації до навчання та формування особистості майбутнього фахівця.

Програмний результат навчання⁵	<u>Метод навчання</u>	<u>Метод оцінювання</u>
ПРН5. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань.	бесіда бесіда-діалог творчий	усний контроль програмований контроль
ПРН14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.	комп'ютерні і мультимедійні методи творчий	самооцінювання
ПРН15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.	творчий проблемно-пошукови й мозковий штурм рольові і ділові ігри	портфоліо програмований контроль
ПРН17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.	творчий комп'ютерні і мультимедійні методи	портфоліо

⁵ для вибіркових навчальних дисциплін вказується результат навчання

ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Вид	Зміст	% від загальної оцінки	Бал	
			min	max
Поточні контрольні заходи	всього	60	35	60
Підсумкові контрольні заходи	екзамен	40	24	40
Всього:	-	100	60	100

Процедура проведення контрольних заходів, а саме поточного контролю знань протягом семестру та підсумкового семестрового контролю, регулюється «Положенням про систему поточного та підсумкового контролю оцінювання знань та визначення рейтингу студентів».

Фіксація **поточного** контролю здійснюється в “Електронному журналі обліку успішності академічної групи” на підставі чотирибальної шкали – “2”; “3”; “4”; “5”. У разі відсутності студента на занятті виставляється “н”. За результатами поточного контролю у Журналі, автоматично визначається підсумкова оцінка, здійснюється підрахунок пропущених занять.

Критерії оцінювання:

«незадовільно»	володіє навчальним матеріалом на рівні елементарного розпізнавання і відтворення окремих фактів, елементів, об’єктів, що позначаються окремими словами чи реченнями; володіє матеріалом на елементарному рівні засвоєння, викладає його уривчастими реченнями, виявляє здатність висловити думку на елементарному рівні; володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу;
«задовільно»	володіє матеріалом на початковому рівні, значну частину матеріалу відтворює на репродуктивному рівні; володіє матеріалом на рівні, вищому за початковий, здатний за допомогою викладача логічно відтворити значну його частину; може відтворити значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, за допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, порівнювати та робити висновки, виправляти допущені помилки;

«добре»	здатний застосовувати вивчений матеріал на рівні стандартних ситуацій, частково контролювати власні навчальні дії, наводити окремі власні приклади на підтвердження певних тверджень: вміє порівнювати, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача, в цілому самостійно застосовувати її на практиці, контролювати власну діяльність, виправляти помилки і добирати аргументи на підтвердження певних думок під керівництвом викладача; вільно володіє вивченим обсягом матеріалу, та вміє застосовувати його на практиці; вільно розв'язує задачі в стандартних ситуаціях, самостійно виправляє допущені помилки, добирає переконливі аргументи на підтвердження вивченого матеріалу;
«відмінно»	виявляє початкові творчі здібності, самостійно визначає окремі цілі власної навчальної діяльності, оцінює окремі нові факти, явища, ідеї; знаходить джерела інформації та самостійно використовує їх відповідно до цілей, поставлених викладачем; вільно висловлює власні думки і відчуття, визначає програму особистої пізнавальної діяльності, самостійно оцінює різноманітні життєві явища і факти, виявляючи особисту позицію щодо них; без допомоги викладача знаходить джерела інформації і використовує одержані відомості відповідно до мети та завдань власної пізнавальної діяльності; використовує набуті знання і вміння в нестандартних ситуаціях; виявляє особливі творчі здібності, самостійно розвиває власні обдарування і нахили, вміє самостійно здобувати знання.

Усі пропущені заняття, а також негативні оцінки студенти зобов'язані відпрацювати впродовж трьох наступних тижнів. У випадку недотримання цієї норми, замість “н” в журналі буде виставлено “0” (нуль балів), без права перездачі. Відпрацьоване лекційне заняття в електронному журналі позначається літерою «в».⁶

До підсумкового контролю допускаються студенти які за результатами поточного контролю отримали не менше 35 балів. Усі студенти, що отримали 34 балів і менше, не допускаються до складання підсумкового контролю і на підставі укладання додаткового договору, здійснюють повторне вивчення дисципліни впродовж наступного навчального семестру. За результатами підсумкового контролю (диференційований залік/екзамен) студент може отримати 40 балів. Студенти, які під час підсумкового контролю отримали 24 бали і менше, вважаються такими, що не здали екзамен/диференційований залік і повинні йти на перездачу.

Загальна семестрова оцінка з дисципліни, яка виставляється в екзаменаційних відомостях оцінюється в балах (згідно з **Шкалою оцінювання**

⁶ можна вказати теми чи завдання, які є обов'язковими до виконання, а також особисті підходи до оцінювання рівня знань здобувачів під час аудиторної роботи

знань за ЄКТС) і є сумою балів отриманих під час поточного та підсумкового контролю.

Шкала оцінювання знань за ЄКТС:

Оцінка за національною шкалою	Рівень досягнень, %	Шкала ECTS
Національна диференційована шкала		
Відмінно	90 – 100	A
Добре	83 – 89	B
	75 – 82	C
Задовільно	67 – 74	D
	60 – 66	E
Незадовільно	35 – 59	FX
	0 – 34	F
Національна недиференційована шкала		
Зараховано	60 – 100	-
Не зараховано	0 – 59	-

Студенти, які не з'явилися на екзамені без поважних причин, вважаються такими, що одержали незадовільну оцінку.

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ⁷

Електронні інформаційні ресурси

1. Людмила кухаренко. «Які навички копірайтингу потрібні SMM-менеджеру». Стаття на сайті Weblium, 2024. URL:
<https://ua.weblium.com/blog/yaki-navichki-kopirajtingu-potribni-smm-menedzheru>
2. «Топ-5 помилок таргетолога».. Стаття на сайті WizeClub, 2025. URL:
<https://wizeclub.education/blog/chomu-reklama-ne-pratsyuje-5-golovnih-pomilok-u-targetingu/>
3. Інстаграм: останні тренди та оновлення». Стаття на сайті The Ant Media, 2025. URL:
<https://www.theantmedia.com/post/instagram-ostanni-onovlennya-ta-trendi-2024>
4. «5 причин блокування рекламних акаунтів Facebook.. Стаття на сайті академії WebPromoExperts, 2025. URL:
<https://webpromoexperts.net/ua/blog/5-prichin-blokirovki-reklamnyh-akkauntov-facebook/>
5. Софія Старк. «Як використовувати Threads для просування бізнесу: алгоритми, охоплення, аудиторія». Стаття на сайті TheInWeb Media, 2025. URL:
<https://theinweb.media/yak-vykorystovuvaty-threads-dlya-prosuvannya-biznesu/>

⁷ обов'язково: враховувати вимоги [ДСТУ 8302:2015](#) (відповідно до [Наказу № 65, від 4.03. 2016](#)), [рекомендації](#) Національного агентства з забезпечення якості вищої освіти, використовувати літературу за останні 5-7 років, наводити власні публікації за змістом навчальної дисципліни.