

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Факультет економіки та управління
Кафедра міжнародної економіки

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор з науково-педагогічної
та навчальної роботи

О.Б. Жильцов

« 13 » лютого 2025

РОБОЧА ПРОГРАМА ВИБІРКОВОЇ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ЦИФРОВІ КОМУНІКАЦІЇ В ГЛОБАЛЬНОМУ ПРОСТОРІ

для студентів

освітнього рівня	другого (магістерського)
освітньої програми	029.00.01 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа
освітньої програми	061.00.01 Журналістика
освітньої програми	073.00.04 Управління електронним навчанням у міжкультурному просторі



Київ – 2025

Розробники:

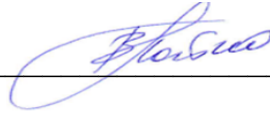
Бобер Лариса Петрівна, старший викладач кафедри міжнародної економіки Київського столичного університету імені Бориса Грінченка.

Викладачі:

Бобер Лариса Петрівна, старший викладач кафедри міжнародної економіки Київського столичного університету імені Бориса Грінченка.

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри міжнародної економіки

Протокол від 12 лютого 2025 р. № 2.

Завідувач кафедри  (Валерія ЛОЙКО)

Робочу програму перевірено

13.02.2025 р.

Заступник директора/декана  (Оксана КАЗАК)

Пролонговано:

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), «__»__ 20__ р., протокол № ____
(підпис) (ПІБ)

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), «__»__ 20__ р., протокол № ____
(підпис) (ПІБ)

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), «__»__ 20__ р., протокол № ____
(підпис) (ПІБ)

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), «__»__ 20__ р., протокол № ____
(підпис) (ПІБ)

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	вибіркова	
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	
Загальний обсяг кредитів / годин	4 / 120	
Курс	1	1
Семестр	2	2
Кількість змістових модулів з розподілом:	4	
Обсяг кредитів	4	4
Обсяг годин, в тому числі:	120	120
Аудиторні	32	16
Модульний контроль	8	-
Самостійна робота	80	104
Форма підсумкового контролю	залік	

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета дисципліни: сформувати у здобувачів освіти цілісне розуміння принципів функціонування цифрових екосистем, створення та управління цифровим контентом, впровадження інноваційних технологій та реалізації стратегічних комунікацій у глобальному цифровому просторі.

Завдання дисципліни:

- ідентифікувати поняття та розуміти сутність цифрових комунікацій, принципи функціонування веб-ресурсів та пошукових систем через визначення, пояснення та класифікацію їх основних елементів;
- розвинути здатність застосовувати інструменти створення та управління цифровим контентом, демонструвати навички роботи з соціальними медіа та впроваджувати принципи цифрового етикету;
- розвинути навички застосування цифрових технологій в професійній діяльності та впровадження інноваційних комунікаційних рішень у бізнес-процесах;
- розвинути здатність розробляти комплексні digital-стратегії, створювати цифрові проєкти та генерувати інноваційні рішення для стратегічних комунікацій у цифровому просторі.

3. Результати навчання за дисципліною

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач освіти повинен

знати:

- поняття, сутність цифрових комунікацій, структурно-функціональні особливості цифрової екосистеми та закономірності розвитку комунікаційних процесів у цифровому середовищі, сучасні тренди;
- принципи роботи пошукових систем, принципи архітектури веб-ресурсів та теоретичні основи їх оптимізації ;
- методологічні підходи до формування контент-стратегій та технологічні аспекти створення цифрового контенту;
- особливості функціонування соціальних медіа, принципи комунікативної взаємодії та цифрового етикету;
- цифрові бізнес-моделі, структуру електронної комерції та специфіку функціонування цифрових платіжних систем;
- засади впровадження інноваційних технологій у комунікаційні процеси, методологію аналізу великих даних та принципи функціонування цифрових платформ;
- основи цифрового сторітелінгу, принципи формування цифрової айдентики та методи оцінювання їх ефективності;
- підходи до управління цифровими проєктами, принципи формування проєктних команд та системи оцінювання ефективності цифрових комунікацій;
- ознаки академічного плагіату та методи запобігання йому.

вміти:

- здійснювати комплексний аналіз цифрового середовища та імплементувати актуальні інструменти цифрових комунікацій у професійну діяльність;
- проводити аналітичні дослідження веб-ресурсів, застосовувати методологію SEO-оптимізації;
- формувати та реалізовувати контент-стратегії, імплементувати різні типології цифрового контенту та здійснювати оцінку їх результативності;
- організовувати та координувати комунікаційні процеси в соціальних мережах, імплементувати принципи цифрового етикету в професійну діяльність;
- розробляти та впроваджувати digital-стратегії, здійснювати інтеграцію цифрових платіжних систем та проводити оцінку їх ефективності;
- імплементувати інноваційні технології в комунікаційні процеси, здійснювати аналіз великих даних та розробляти рекомендації щодо їх використання;
- розробляти та впроваджувати стратегії цифрового сторітелінгу, формувати системи ідентифікації бренду в цифровому просторі;
- здійснювати планування та координацію цифрових проєктів, проводити комплексну оцінку їх ефективності та розробляти рекомендації щодо оптимізації.

4. Структура навчальної дисципліни

Тематичний план для денної форми навчання

№ п/ п	Назви теоретичних розділів	Усього	Розподіл годин за видами робіт				
			Аудиторні			Модульний контроль	Самостійна робота
			Лекцій	Практичні	Семінари		
Змістовий модуль 1. Поняття цифрових комунікацій і їх значення в сучасному глобальному середовищі							
1	Тема 1. Цифрові комунікації в сучасному світі. Екосистема цифрових комунікацій. Сучасні веб-ресурси.	14	2	2	-	-	10
2	Тема 2. Пошукові системи. Технології створення та оптимізації веб-ресурсів	14	2	2	-	-	10
	Модульний контроль	2				2	
Разом за змістовим модулем		30	4	4	-	2	20
Змістовий модуль 2. Створення та управління цифровим контентом							
3	Тема 3. Технології створення цифрового контенту	14	2	2	-	-	10
4	Тема 4. Соціальні медіа та цифровий етикет	14	2	2	-	-	10
	Модульний контроль	2				2	
Разом за змістовим модулем		30	4	4		2	20
Змістовий модуль 3. Цифрова економіка та інновації в комунікаціях							
5	Тема 5. Цифрові комунікації в економіці	14	2	2	-	-	10
6	Тема 6. Інноваційні технології в комунікаціях	14	2	2	-	-	10
	Модульний контроль	2				2	
Разом за змістовим модулем		30	4	4	-	2	20
Змістовий модуль 4. Стратегічні комунікації в цифровому просторі							
7	Тема 7. Цифровий сторітелінг та брендинг	14	2	2	-	-	10
8	Тема 8. Управління цифровими проєктами	14	2	2	-	-	10
	Модульний контроль	2				2	
Разом за змістовим модулем		30	4	4	-	2	20
Разом		120	16	16		8	80

Тематичний план для заочної форми навчання

№ п/ п	Назви теоретичних розділів	Усього	Розподіл годин за видами робіт				
			Аудиторні			Модульний контроль	Самостійна робота
			Лекцій	Практичні	Семінари		
Змістовий модуль 1. Поняття цифрових комунікацій і їх значення в сучасному глобальному середовищі							
1	Тема 1. Цифрові комунікації в сучасному світі. Екосистема цифрових комунікацій. Сучасні веб-ресурси.	15	1	1	-	-	13
2	Тема 2. Пошукові системи. Технології створення та оптимізації веб-ресурсів	15	1	1	-	-	13
Разом за змістовим модулем		30	2	2	-	-	26
Змістовий модуль 2. Створення та управління цифровим контентом							
3	Тема 3. Технології створення цифрового контенту	15	1	1	-	-	13
4	Тема 4. Соціальні медіа та цифровий етикет	15	1	1	-	-	13
Разом за змістовим модулем		30	2	2	-	-	26
Змістовий модуль 3. Цифрова економіка та інновації в комунікаціях							
5	Тема 5. Цифрові комунікації в економіці	15	1	1	-	-	13
6	Тема 6. Інноваційні технології в комунікаціях	15	1	1	-	-	13
Разом за змістовим модулем		30	2	2	-	-	26
Змістовий модуль 4. Стратегічні комунікації в цифровому просторі							
7	Тема 7. Цифровий сторітелінг та брендинг	15	1	1	-	-	13
8	Тема 8. Управління цифровими проєктами	15	1	1	-	-	13
Разом за змістовим модулем		30	2	2	-	-	26
Разом		120	8	8	-	-	104

5. Програма навчальної дисципліни

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ПОНЯТТЯ ЦИФРОВИХ КОМУНІКАЦІЙ І ЇХ ЗНАЧЕННЯ В СУЧАСНОМУ ГЛОБАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Тема 1. Цифрові комунікації в сучасному світі. Екосистема цифрових комунікацій. Сучасні веб-ресурси.

Поняття та сутність цифрових комунікацій. Екосистема цифрових комунікацій: технологічна інфраструктура, регуляторне середовище, контент, інструменти та сервіси. Тренди розвитку цифрових комунікацій. Інструменти та канали цифрової комунікації. Цифрова трансформація бізнесу та економіки.

Тема 2. Пошукові системи. Технології створення та оптимізації веб-ресурсів

Сучасні підходи до створення веб-ресурсів. Архітектура сучасних веб-ресурсів та принципи адаптивного веб-дизайну. SEO-оптимізація та пошукові системи. Принципи роботи пошукових систем (Google, Bing). Системи управління контентом (CMS). Огляд популярних CMS (WordPress, Joomla Drupal). Принципи вибору CMS під потреби проєкту. Електронна комерція та цифрові продажі. Платформи електронної комерції: готові рішення та інтеграції.

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 2 СТВОРЕННЯ ТА УПРАВЛІННЯ ЦИФРОВИМ КОНТЕНТОМ

Тема 3. Технології створення цифрового контенту

Стратегія контент-маркетингу. Визначення цілей контент-маркетингу в системі цифрових комунікацій. Підвищення впізнаваності бренду в цифровому просторі. Залучення аудиторії в цифрових каналах. Інтеграція контенту на різних етапах цифрової взаємодії з аудиторією. Автоматизація комунікацій через воронку контент-маркетингу. Персоналізація контенту на основі цифрової поведінки. Типи та формати контенту. Крос-платформний контент для омніканальних комунікацій. Створення та дистрибуція контенту. Оцінка ефективності контент-маркетингу.

Тема 4. Соціальні медіа та цифровий етикет

Стратегії SMM. Інтеграція соціальних медіа в загальну digital-стратегію. Контент-планування для соціальних мереж. Розробка контентної стратегії, digital-інструменти планування. Ком'юніті-менеджмент. Управління онлайн-спільнотами: модерація контенту, кризові комунікації, залучення аудиторії, розвиток цифрового ком'юніті.

Цифровий етикет та нетикет. Основні принципи поведінки і безпеки в цифровому просторі. Монетизація соціальних мереж. Моделі та інструменти монетизації. Захист веб-ресурсів та інформаційна безпека.

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 3

ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА ТА ІННОВАЦІЇ В КОМУНІКАЦІЯХ

Тема 5. Цифрові комунікації в економіці

Цифрові бізнес-моделі: підписки, маркетплейс, платформи та сервіси. Інноваційні бізнес-моделі: мережевий підхід, sharing economy, краудфандинг, прямі продажі (direct-to-consumer). Електронна комерція та маркетплейси: типи електронної комерції та структура маркетплейсу. Цифрові платіжні системи. Види платіжних систем, безпека платежів та платіжні інновації: безконтактні платежі, криптовалюти, біометричні платежі, QR-коди, mobile-first рішення. Digital-стратегії для бізнесу: розробка компонентів та реалізація стратегій веб-присутності.

Тема 6. Інноваційні технології в комунікаціях

Штучний інтелект у комунікаціях. Застосування AI в комунікаційних процесах: чат-боти та віртуальні асистенти, персоналізація контенту, автоматизація комунікацій, предиктивна аналітика.

Аналітика великих даних. Методи збору даних та інструменти цифрової візуалізації. Цифрові платформи та екосистеми. Структура цифрових платформ. Комунікації в екосистемах: омніканальність, крос-платформна взаємодія. Інтернет речей (IoT) в комунікаціях. Технології віртуальної та доповненої реальності. VR/AR в комунікаціях: AR-маркетинг, інтерактивний контент, імерсивні технології та віртуальні події.

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 4

СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ В ЦИФРОВОМУ ПРОСТОРИ

Тема 7. Цифровий сторітелінг та брендинг

Принципи цифрового сторітелінгу. Формати та інструменти сторітелінгу. Stories в соцмережах, лонгріди, відео-наративи, інтерактивні історії. Платформи для сторітелінгу, візуальні редактори, інтерактивні елементи. Трансмедійний сторітелінг: крос-платформна адаптація, інтеграція каналів, стратегія присутності, користувацький досвід. Створення цифрової айдентики бренду. Елементи digital-айдентики: візуальна мова, тон комунікації, контентна стратегія. Інтеграція сторітелінгу в цифрові комунікації.

Тема 8. Управління цифровими проєктами

Методологія управління цифровими проєктами. Гнучкі підходи до управління проєктами в цифровому середовищі. Інструменти для управління проєктами: проєктні платформи та спеціалізоване ПЗ. Формування команди digital-спеціалістів. Матрична організація та кросфункціональність. Бюджетування цифрових проєктів.

6.1.1. Система оцінювання навчальних досягнень здобувачів освіти

№ з/п	Вид діяльності студента	Максимальна кількість балів за одиницю	Модуль 1		Модулі 2		Модуль 3		Модуль 4	
			Кількість одиниць	Максимальна кількість	Кількість одиниць	Максимальна кількість	Кількість одиниць	Максимальна кількість	Кількість одиниць	Максимальна кількість
1	Відвідування лекцій	1	2	2	2	2	2	2	2	2
2	Відвідування практичних (семінарських) занять	1	2	2	2	2	2	2	2	2
3	Виконання завдань для самостійної роботи	5	2	10	2	10	2	10	2	10
4	Робота на практичних (семінарських) заняттях	10	2	20	2	20	2	20	2	20
5	Виконання модульної контрольної роботи	25	1	25	1	25	1	25	1	25
Разом				59		59		59		59
Розрахунок коефіцієнта			236:100=2,36							
Загалом			100							

№ з/п	Вид діяльності студента	Максимальна кількість балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3		Модуль 4	
			Кількість одиниць	Максимальна кількість	Кількість одиниць	Максимальна кількість	Кількість одиниць	Максимальна кількість	Кількість одиниць	Максимальна кількість
1	Відвідування лекцій	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	Відвідування практичних (семінарських) занять	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	Виконання завдань для самостійної роботи	5	2	10	2	10	2	10	2	10
4	Робота на практичних (семінарських) заняттях	10	1	10	1	10	1	10	1	10
Разом				22		22		22		22
Розрахунок коефіцієнта			88:100=0,88							
Загалом			100							

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

№ з/п	Назва теми	Кількість годин денна / заочна	Бали денна / заочна
Змістовий модуль 1. Поняття цифрових комунікацій і їх значення в сучасному глобальному середовищі			
1	Тема 1. Цифрові комунікації в сучасному світі. Екосистема цифрових комунікацій. Сучасні веб-ресурси.	10/13	5/5
2	Тема 2. Пошукові системи. Технології створення та оптимізації веб-ресурсів	10/13	5/5
Змістовий модуль 2. Створення та управління цифровим контентом			
3	Тема 3. Технології створення цифрового контенту	10/13	5/5
4	Тема 4. Соціальні медіа та цифровий етикет	10/13	5/5
Змістовий модуль 3. Цифрова економіка та інновації в комунікаціях			
5	Тема 5. Цифрові комунікації в економіці	10/13	5/5
6	Тема 6. Інноваційні технології в комунікаціях	10/13	5/5
Змістовий модуль 4. Стратегічні комунікації в цифровому просторі			
7	Тема 7. Цифровий сторітелінг та брендинг	10/13	5/5
8	Тема 8. Управління цифровими проєктами	10/13	5/5
Разом		80/104	40 /40

Критерії оцінювання самостійної роботи

Критерії	Обґрунтування критеріїв	Бали
Розуміння завдання	робота демонструє точне розуміння завдання	1
	включені матеріали, що безпосередньо розкривають теми або опосередковані до неї	0,5
	включені матеріали, що не мають безпосереднього відношення до теми, зібрана інформація не аналізується і не оцінюється	0
Повнота розкриття теми	тема розкрита повністю	1
	часткове розкриття теми	0,5
	виконане завдання не відповідає темі	0
Логіка викладу інформації	логічне й структуроване викладення матеріалу	1
	порушення логіки й структури викладу	0,5
Креативність	унікальність роботи, велика кількість оригінальних прикладів, у роботі присутні авторські знахідки	1
	стандартна робота, не містить авторської індивідуальності	0,5
Культура змістового наповнення відповідей	орфографічно правильно оформлена робота з точки зору граматики, стилістики	1
	присутні не грубі помилки з точки зору граматики, стилістики, орфографії	0,5
	грубі помилки з точки зору граматики, стилістики, орфографії	0
Разом		5 балів

6.3. Завдання для роботи на практичних заняттях та критерії їх оцінювання

№ з/п	Назва теми	Кількість годин денна / заочна	Бали денна / заочна
-------	------------	--------------------------------	---------------------

Змістовий модуль 1. Поняття цифрових комунікацій і їх значення в сучасному глобальному середовищі			
1	Тема 1. Цифрові комунікації в сучасному світі. Екосистема цифрових комунікацій. Сучасні веб-ресурси.	2/1	10/5
2	Тема 2. Пошукові системи. Технології створення та оптимізації веб-ресурсів	2/1	10/5
Змістовий модуль 2. Створення та управління цифровим контентом			
3	Тема 3. Технології створення цифрового контенту	2/1	10/5
4	Тема 4. Соціальні медіа та цифровий етикет	2/1	10/5
Змістовий модуль 3. Цифрова економіка та інновації в комунікаціях			
5	Тема 5. Цифрові комунікації в економіці	2/1	10/5
6	Тема 6. Інноваційні технології в комунікаціях	2/1	10/5
Змістовий модуль 4. Стратегічні комунікації в цифровому просторі			
7	Тема 7. Цифровий сторітелінг та брендинг	2/1	10/5
8	Тема 8. Управління цифровими проєктами	2/1	10/5
Разом		16/8	80/40

Критерії оцінювання практичних занять:

Форма подання результатів: надсилання файлу з відповіддю у ЕНК.

Критерії оцінювання:

Максимальна оцінка – 10/5 балів виставляється якщо завдання виконано повністю, вірно, структуровано, здійснено якісний критичний аналіз наведено необхідні пояснення та висновки, проведено узагальнення та оцінка.

Бали знижуються, якщо у невірні або відсутні базові положення завдання (мінус 1-2-3... бали в залежності від завдання), якщо завдання не виконано - 0 балів.

Термін здачі: відповідь на практичному занятті з відповідної теми, якщо заняття проводиться аудиторно, або термін, вказаний викладачем, якщо заняття дистанційне.

6.4. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Контроль за результатами виконання контрольних (модульних) робіт передбачає оцінювання теоретичних знань та практичних умінь і навичок, які здобувач освіти набув після завершення вивчення навчального матеріалу змістового модуля з дисципліни. Виконання модульних контрольних робіт здійснюється шляхом проведення письмового контролю (проєктного завдання)/тестів у вигляді складання тематичних аналітичних матеріалів (довідки, звіти, ревію, схем, моделей та порівняльних таблиць, стратегічних планів та програм розвитку), або узагальненого проєкту за тематикою модуля через систему електронного навчання Університету.

Сума балів, накопичених студентом за виконання модульних контрольних робіт свідчить про ступінь оволодіння ним програмою навчальної дисципліни на конкретному етапі її вивчення.

Максимальна кількість балів за модульну контрольну роботу 1 – 25. Складається з письмових (або тестових) завдань за темами 1-2. Завдання

модульної контрольної роботи розподілені диференційовано по питанням тем модуля, максимально 5 завдань.

Максимальна кількість балів за модульну контрольну роботу 2 – 25. Складається з письмових (або тестових) завдань за темами 3-4. Завдання модульної контрольної роботи розподілені диференційовано по питанням тем модуля. Максимальна кількість завдань модульної контрольної роботи – 5.

Максимальна кількість балів за модульну контрольну роботу 3 – 25. Складається з письмових (або тестових) завдань за темами 5-6. Завдання модульної контрольної роботи розподілені диференційовано по питанням тем модуля. Максимальна кількість завдань модульної контрольної роботи – 5.

Максимальна кількість балів за модульну контрольну роботу 4 – 25. Складається з письмових (або тестових) завдань за темами 7-8. Завдання модульної контрольної роботи розподілені диференційовано по питанням тем модуля. Максимальна кількість завдань модульної контрольної роботи – 5.

Кожне завдання модульної контрольної роботи оцінюється у 5 балів максимально. При тематичному оцінюванні виконаних завдань (в тому числі он-лайн) оцінки обраховується: для завдань, які передбачають декілька обґрунтованих відповідей (якщо відповідь правильна) бали виставляються за кожне з питань розподіленою долею, в залежності від їх кількості, у протилежному випадку виставляється оцінка 0 балів (за весь обсяг або окреме питання завдання).

При виконанні модульної контрольної роботи необхідно слідкувати за терміном виконання та за часовим обмеженням.

Критерії оцінювання модульного контролю у вигляді письмового завдання:

21-25	Відповідь демонструє експертний рівень розуміння теми, має бездоганну логіку та структуру. Досконале володіння професійною термінологією. Наведені інноваційні приклади та кейси з глибоким аналізом. Продемонстровано системне розуміння цифрової екосистеми. Представлені оригінальні ідеї та креативні рішення. Спостерігається критичний підхід до розроблення сценаріїв, стратегій розвитку соціально-економічних систем, Робота оформлена відповідно до вимог, дотримано принципів академічної доброчесності
16-20	Відповідь повністю розкриває тему, має чітку логіку та структуру. Професійно використовується термінологія сфери digital. Наведені актуальні приклади та кейси з обґрунтуванням. Продемонстровано глибоке розуміння цифрових комунікацій та їх взаємозв'язків. Представлений якісний аналіз з власними висновками. В роботі дотримано принципів академічної доброчесності, оформлена відповідно до вимог.
11-15	Відповідь в цілому розкриває тему, має логічну структуру. Правильно використовується базова digital-термінологія. Наведені релевантні приклади застосування цифрових інструментів. Продемонстровано розуміння ключових концепцій цифрових комунікацій. Присутні

	елементи аналізу, але без глибокого опрацювання. Робота містить деякі порушення в оформленні та містить деякі ознаки порушення академічної доброчесності
6-10	Відповідь частково розкриває тему, але має значні прогалини. Наявні окремі елементи логіки та структури. Обмежене використання професійної термінології. Наведені поодинокі приклади без належного обґрунтування. Продemonстровано поверхнєве розуміння digital-інструментів. Спроби аналізу цифрових комунікацій примітивні або відсутні. В роботі не дотримано принципів академічної доброчесності. Є порушення в оформленні роботи.
0-5	Відповідь відсутня або не відповідає темі. Відсутня логіка, структура та аргументація. Відсутність джерел та прикладів. Оформлення не відповідає вимогам. Не продемонстровано розуміння базових концепцій цифрових комунікацій та екосистеми. Недотримання принципів академічної доброчесності

Критерії оцінювання модульного контролю у вигляді тесту:

Максимальна кількість балів за модульну контрольну роботу 1 – 25. Складається з 25 випадкових тестових завдань за темами 1-2.

Максимальна кількість балів за модульну контрольну роботу 2 – 25. Складається з 25 випадкових тестових завдань за темами 3-4.

Максимальна кількість балів за модульну контрольну роботу 3 – 25. Складається з 25 випадкових тестових завдань за темами 5-6.

Максимальна кількість балів за модульну контрольну роботу 4 – 25. Складається з 25 випадкових тестових завдань за темами 7-8.

Кожен тест оцінюється у 1 бал максимально.

При тестуванні он-лайн оцінка обраховується:

- для тестів, які передбачають одну правильну відповідь (формату «один з багатьох» / «так або ні») 1 бал виставляється, якщо відповідь правильна, у протилежному випадку виставляється оцінка 0 балів;

- за тест, який передбачає декілька правильних відповідей (формат «декілька з багатьох», «відповідність») оцінка розраховується на пропорційній основі. Якщо, наприклад, в тесті передбачено дві правильні відповіді, то 1 бал виставляється, якщо студент навів обидві правильні відповіді, якщо одну правильну і одну неправильну – то оцінка за тест 0,5 балів, якщо ж обидві відповіді студента неправильні – тест оцінюється у 0 балів). Аналогічно для 3 відповідей – кожна оцінюється у 0,33 бали і помилки враховуються відповідно.

При виконанні модульної контрольної роботи необхідно слідкувати за терміном виконання та за часовим обмеженням.

Форми проведення та критерії оцінювання модульного контролю

Модулі	Теми дисципліни	Форма контролю	Максимальна сума балів
--------	-----------------	----------------	------------------------

1	Теми 1,2 згідно з тематичним планом дисципліни	писмове завдання/тест	25 балів
2	Теми 3,4 згідно з тематичним планом дисципліни	писмове завдання/тест	25 балів
3	Теми 5,6 згідно з тематичним планом дисципліни	писмове завдання/тест	25 балів
4	Теми 7,8 згідно з тематичним планом дисципліни	писмове завдання (проектне)/тест	25 балів

6.5. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Семестровий контроль – залік. Підсумковий семестровий контроль проводиться за результатами поточного контролю та оцінюється від 0 до 100 балів, що переводиться у національну шкалу та шкалу ECTS для отримання рейтингової оцінки знань студента.

Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
A	100-90
B	82-89
C	75-81
D	69-74
E	60-68
FX	35-59
F	0-34

Оцінювання освітніх досягнень здобувачів освіти за системою ECTS

Рейтингова оцінка	Оцінка за стобальною шкалою	Значення оцінки
A	90-100	Відмінно – відмінний рівень знань (умінь) в межах обов’язкового матеріалу з можливими незначними недоліками
B	82-89	Дуже добре – достатньо високий рівень знань (умінь) в межах обов’язкового матеріалу без суттєвих (грубих) помилок
C	75-81	Добре – в цілому добрий рівень знань (умінь) з незначною кількістю помилок
D	69-74	Задовільно – посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності
E	60-68	Достатньо – мінімально можливий допустимий рівень знань (умінь)
FX	35-59	Незадовільно з можливістю повторного складання – незадовільний рівень знань, з можливістю повторного перескладання за умови належного самостійного доопрацювання
F	1-34	Незадовільно з обов’язковим повторним вивченням

		курсу – досить низький рівень знань (умінь), що вимагає повторного вивчення дисципліни
--	--	--

Навчально-методична карта дисципліни (для денної форми навчання)

Разом: 120 год., лекції – 16 год., практичні заняття – 16 год., модульний контроль – 8 год., самостійна робота – 80 год., підсумковий контроль (залік).

Модулі	Змістовий модуль 1. Поняття цифрових комунікацій і їх значення в сучасному глобальному середовищі		Змістовий модуль 2. Створення та управління цифровим контентом		Змістовий модуль 3. Цифрова економіка та інновації в комунікаціях		Змістовий модуль 4. Стратегічні комунікації в цифровому просторі	
Кількість балів	59		59		59		59	
Лекції	Тема 1 (1 бал)	Тема 2 (1 бал)	Тема 3 (1 бал)	Тема 4 (1 балів)	Тема 5 (1 бал)	Тема 6 (1 бал)	Тема 7 (1 бал)	Тема 8 (1 бал)
Практичні заняття	Тема 1 (11 балів)	Тема 2 (11 балів)	Тема 3 (11 балів)	Тема 4 (11 балів)	Тема 5 (11 балів)	Тема 6 (11 балів)	Тема 7 (11 балів)	Тема 8 (11 балів)
Самостійна робота	10 балів		10 балів		10 балів		10 балів	
Модульний контроль	25 балів		25 балів		25 балів		25 балів	
Підсумковий рейтинговий бал – 236								
Коефіцієнт переведення рейтингу у 100-бальну шкалу – 2,36								
Разом	100 балів							

Навчально-методична карта дисципліни (для заочної форми навчання)

Разом: 120 год., лекції – 8 год., практичні заняття – 8 год., самостійна робота – 104 год., підсумковий контроль (залік).

[illegible]

7. Рекомендовані джерела

Основні

1. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. Digital Marketing : Strategy, Implementation and Practice. 8th edition. Harlow : Pearson Education 2022, 560 p. URL: https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781292400990_A43165391/preview-9781292400990_A43165391.pdf
2. Ryan D. Understanding Digital Marketing: A Complete Guide to Engaging Customers and Implementing Successful Digital Campaigns. Kogan page, 2022. 448 p.
3. Kingsnorth S. Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing, 3rd Edition. Kogan Page, 2022, 416 p.
4. Олтаржевський Д. О. Цифрові комунікації: навчальний посібник із дисципліни «Медіавиробництво: промоція» [Електронний ресурс] [Київ : ННІЖ КНУ імені Тараса Шевченка, 2023. 120 с. URL: <https://www.researchgate.net/profile/Dmytro-Oltarzhevskyi>
5. Ходаков, В. Є. Використання інформаційних та комунікаційних технологій в сучасному цифровому суспільстві : колективна монографія / В.Є. Ходаков, Н.А. Кругла, Г.В. Веселовська, О.Н. Романюк [та 17 інших] ; за загальною редакцією Галини Олександрівни Райко. Херсон : Книжкове видавництво ФОП Вишемерський В.С., 2020. 147 с.

Додаткові

1. Краус К. М., Краус Н. М., Манжура О. В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля : навчально-метод. посібник. Київ : Аграр Медіа, 2021, 454 с.
2. Грехов А.М. Електронний бізнес. Навчальний посібник. Київ : Кондор, 2022, 310 с.
3. Kotler Ph., Kartajaya H., and Setiawan I. Marketing 5.0: Technology for humanity. 1st edition. John Wiley & Sons, 2021. 224 p. Retrieved from <https://www.perlego.com/book/2094980/marketing-50-technology-for-humanity-pdf>
4. A brief history of globalization. World Economic Forum. Annual Meeting. Jan 17, 2019. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2019/01/how-globalization-4-0-fits-into-the-history-of-globalization/>
5. Weiss A. The Practical Guide to Digital Transformation: Quickly Master the Essentials with Tips, Case Studies and Actionable Advice. Kogan page, 2022. 232 p.

Інтернет-ресурси

1. Harvard Business Review Digital Articles <https://hbr.org/topic/digital-transformation>
2. MIT Sloan Management Review - Digital <https://sloanreview.mit.edu/topic/digital/>
3. McKinsey Digital <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights>
4. Forbes Digital Transformation <https://www.forbes.com/digital-transformation/>
5. Digital Marketing Institute Blog <https://digitalmarketinginstitute.com/blog>