



ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСНА РАДА
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА
ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА

ЗАТВЕРДЖЕНО
Рішення вченої ради університету
25 лютого 2026 року,
протокол № 6

Ректор університету, голова вченої
ради,
доктор юридичних наук, професор

_____ Олег ОМЕЛЬЧУК

25 лютого 2026 року

м.п.

РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«ЕФЕКТИВНА ПРЕЗЕНТАЦІЯ:
ДИЗАЙН І ВІЗУАЛЬНО-ІНФОРМАЦІЙНИЙ АСПЕКТ»
для підготовки на першому (освітньому) рівні
здобувачів вищої освіти освітнього ступеня бакалавра
із спеціальності D5 Маркетинг
галузі знань D Бізнес, адміністрування та право

РОЗРОБНИКИ:

професорка кафедри менеджменту,
економіки, статистики та цифрових
технологій, доктор економічних наук,
професор
18 січня 2026 року

Світлана КОВАЛЬЧУК

СХВАЛЕНО

Рішення кафедри менеджменту, економіки,
статистики та цифрових технологій
22 січня 2026 року, протокол № 7

Завідувачка кафедри, кандидатка
економічних наук, доцентка
22 січня 2026 року

Наталія ЗАХАРКЕВИЧ

Деканеса факультету управління та
економіки, кандидатка економічних наук,
доцентка
22 січня 2026 року

Тетяна ТЕРЕЩЕНКО

ПОГОДЖЕНО

Рішення методичної ради університету
18 лютого 2026 року, протокол № 5

Голова методичної ради університету,
кандидатка наук з державного управління,
доцентка
18 лютого 2026 року

Ірина КОВТУН

ЗМІСТ

	Стор.
1. Опис навчальної дисципліни	– 3
2. Заплановані результати навчання	– 3
3. Програма навчальної дисципліни	– 4
4. Структура вивчення навчальної дисципліни	– 7
4.1. Аудиторні заняття	– 7
4.2. Самостійна робота студентів	– 7
5. Методи навчання та контролю	– 8
6. Схема нарахування балів	– 8
7. Рекомендовані джерел	– 9
7.1. Основні джерела	– 9
7.2. Допоміжні джерела	– 10
8. Інформаційні ресурси в Інтернеті	– 12

1. Опис навчальної дисципліни

1. Шифр і назва галузі знань	– D5 Маркетинг
2. Код і назва спеціальності	– D Бізнес, адміністрування та право
3. Назва спеціалізації	– спеціалізація не передбачена
4. Назва дисципліни	– Ефективна презентація: дизайн і візуально-інформаційний аспект
5. Тип дисципліни	– вибіркова
7. Освітній рівень, на якому вивчається дисципліна	– перший
8. Ступінь вищої освіти, що здобувається	– бакалавр
11. Обсяг вивчення дисципліни:	
1) загальний обсяг (кредитів ЄКТС / годин)	– 3,0/90
12. Форма семестрового контролю	– залік
13. Місце дисципліни в логічній схемі:	
1) попередні дисципліни	– ОК 12 Історія маркетингу
2) супутні дисципліни	– ОК 20 Маркетинг
3) наступні дисципліни	– ОК 27 Маркетинг у галузях та сферах діяльності
14. Мова вивчення дисципліни	– українська.

2. Заплановані результати навчання

Програмні компетентності, які здобуваються під час вивчення навчальної дисципліни	<u>Загальні компетентності</u>
	ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК8. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК9. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК11. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.
	<u>Спеціальні компетентності</u>
	СК4. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

	<p>СК5. Здатність використовувати маркетингову інформаційну систему та інформаційні технології у маркетинговій діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові комунікації в діяльності підприємств.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати та впроваджувати результати маркетингових досліджень.</p>
<p>Програмні результати навчання</p>	<p>ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання сучасних аналітичних методів.</p> <p>ПРН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології для розв'язання маркетингових завдань.</p> <p>ПРН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН16. Презентувати результати маркетингової діяльності та досліджень.</p>

3. Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Сутність та роль ефективної презентації у сучасній комунікації

Презентація як форма професійної комунікації у сучасному інформаційному суспільстві. Роль презентацій у маркетинговій діяльності, бізнес-комунікаціях та академічному середовищі. Цілі та функції презентацій у процесі передачі інформації та формування управлінських рішень. Класифікація презентацій за метою, змістом та типом аудиторії. Основні елементи ефективної презентації: змістовний, структурний та візуальний аспекти. Особливості сприйняття інформації аудиторією під час презентації. Значення візуалізації інформації у процесі комунікації та переконання аудиторії. Типові помилки у створенні презентацій та їх вплив на ефективність комунікації.

Тема 2. Структурування інформації у презентації

Значення логічної структури у побудові презентації. Основні етапи формування структури презентації. Роль вступу, основної частини та висновків у презентації. Формування ключового повідомлення презентації. Використання сторітелінгу у презентаціях. Адаптація структури презентації до різних типів аудиторій. Баланс між текстовою та візуальною інформацією у презентації. Типові помилки у структуруванні презентаційного матеріалу.

Тема 3. Основи дизайну презентацій

Роль дизайну у процесі візуальної комунікації. Основні принципи дизайну презентацій. Композиція та баланс у презентаційному дизайні. Контраст та візуальна ієрархія у структурі слайду. Значення простоти та мінімалізму у сучасному дизайні презентацій. Використання графічних елементів у презентації. Формування єдиного стилю презентаційних матеріалів. Типові помилки у дизайні презентацій.

Тема 4. Типографіка та кольорова палітра презентацій

Поняття типографіки та її роль у презентаціях. Основні типи шрифтів та особливості їх використання. Принципи вибору шрифтів для презентацій. Психологія кольору у візуальній комунікації. Формування кольорової палітри презентації. Поєднання кольорів у презентаційному дизайні. Забезпечення читабельності тексту на слайдах. Типові помилки у використанні шрифтів та кольорів.

Тема 5. Візуалізація інформації та інфографіка

Сутність та значення візуалізації інформації. Основні способи представлення даних у презентаціях. Використання графіків, діаграм та таблиць у презентації. Поняття інфографіки та її функції. Принципи створення ефективної інфографіки. Переваги використання візуальних елементів у презентаціях. Вплив візуалізації даних на сприйняття інформації аудиторією. Типові помилки у візуалізації інформації.

Тема 6. Цифрові інструменти створення презентацій

Сучасні програмні засоби створення презентацій. Основні можливості програм для створення презентацій. Онлайн-платформи для розроблення презентаційних матеріалів. Використання мультимедійних елементів у презентаціях. Інструменти створення інфографіки та візуального контенту. Використання хмарних технологій у створенні презентацій. Застосування технологій штучного інтелекту у створенні презентацій. Тенденції розвитку цифрових інструментів презентацій.

Тема 7. Техніка проведення ефективної презентації

Підготовка до проведення презентаційного виступу. Основні принципи ефективного публічного виступу. Використання невербальної комунікації під час презентації. Методи утримання уваги аудиторії. Взаємодія з аудиторією під час презентації. Робота із запитаннями та запереченнями аудиторії. Оцінювання ефективності презентації. Значення рефлексії та аналізу результатів презентаційного виступу.

4. Структура вивчення навчальної дисципліни

4.1. Аудиторні заняття

4.2.1. Аудиторні заняття (лекції, семінарські заняття) проводяться згідно з темами та обсягом годин, передбачених тематичним планом.

4.2.2. Плани лекцій з передбачених тематичним планом тем визначаються у силабусі навчальної дисципліни.

4.2.3. Плани семінарських занять з передбачених тематичним планом тем, засоби поточного контролю знань визначаються у силабусі навчальної дисципліни.

4.2. Самостійна робота студентів

4.3.1. Самостійна робота студентів включає завдання до кожної теми.

4.3.2. Завдання для самостійної роботи студентів зазначаються в силабусі навчальної дисципліни.

5. Методи навчання та контролю

Під час лекційних занять застосовуються:

- 1) традиційний усний виклад змісту теми;
- 2) слайдові презентації.

На семінарських заняттях відбувається:

- дискусійне обговорення проблемних питань;
- тренінги спрямовані на розвиток здатності генерування нових ідей;
- вирішення тестових завдань;
- повідомлення про виконання індивідуальних завдань.

Поточний контроль знань студентів з навчальної дисципліни проводиться у формах:

1. усне або письмове (у тому числі тестове у Google формі чи он-лайн вікторини Kahoot) бліц-опитування студентів щодо засвоєння матеріалу попередньої лекції;
2. розв'язок та захист кейсів.

Підсумковий семестровий контроль проводиться у формі заліку, за умови якщо здобувач освіти за поточний контроль накопичив менше 36 балів, або бажає отримати підсумковий бал вищий за розрахунковий, який обчислюється за формулою:

$$\sum c = \text{Бпк} * 100 / 60, \text{ де:}$$

$\sum c$ – загальна кількість балів;

Бпк – кількість балів, отриманих за поточний контроль.

Структура залікового білету включає 40 тестових завдань різної складності.

6. Схема нарахування балів

6.1. Нарахування балів за результатами навчання здійснюється за схемою, наведеною на рис.



Рисунок 1. – Схема нарахування балів

6.2. Обсяг балів, здобутих студентами під час лекцій, семінарських занять, самостійної роботи студентів та виконання індивідуальних завдань визначаються у силабусі навчальної дисципліни.

7. Рекомендовані джерела

7.1. Нормативно-правові акти

1. Закон України «Про рекламу» від 03.07.1996 № 270/96-ВР
2. Про стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні: Закон України № 1667-ІХ, 15 липня 2021 року. Офіційний вісник України від 25.09.2020–2021 р., № 65, стор. 13, ст. 4103, код акта 106631/2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1667-20#Text>

7.2. Підручники та навчальні посібники

1. Адамс Ш. Як дизайн спонукає нас думати / пер. з англ. С. Пухлій. Київ : ArtHuss, 2020. 256 с.
2. Блумквіст Г., Кільдюшева В. Натхнення кольором. Як створити ідеальну палітру. Київ : ArtHuss, 2021. 192 с.
3. Горнунг Д. Колір. Практикум для художників та дизайнерів / пер. з англ. Київ : ArtHuss, 2025. 248 с.
4. Денисенко С. Теорія кольору : навчальний посібник. Київ : Вища школа, 2021. 160 с.

5. Емброуз Г., Леонард Н. Основи. Графічний дизайн 01: Підхід і мова / пер. з англ. Київ : ArtHuss, 2024. 208 с.
6. Іттен Й. Мистецтво кольору / пер. з нім. А. Блащук. 3-тє вид. Київ : ArtHuss, 2022. 160 с.
7. Кросс Д. Дизайн – це робота / пер. з англ. Київ : ArtHuss, 2021. 240 с.
8. Синєпупова Н. Композиція: Тотальний контроль. Київ : ArtHuss, 2020. 176 с.
9. Чалдіні Р. Психологія впливу / пер. з англ. Харків : КСД, 2022. 352 с.

7.4. Допоміжні джерела

1. Гармонія кольорів у дизайні: як створювати вдалі палітри : сайт. URL: cases.media (дата звернення: 18.02.2025).
2. Гірняк М. Психологія кольору в маркетингу та рекламі : стаття. 2023. URL: marketer.ua (дата звернення: 18.02.2025).
3. Kovalchuk S., Fayvishenko D., Sidielnikov D., Holik O. The effectiveness of digital communications for promoting brands on social media platforms. 2025.
4. Ковальчук С. В., Кобець Д. Л. Застосування алгоритмів машинного навчання у маркетинговій стратегії підприємства в умовах цифрової економіки. Herald of Lviv University of Trade and Economics. Economic Sciences. 2024. DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1205-2024-75-10>.
5. Kovalchuk S., Tsurska B., Bondarchuk K., Uzhva R., Shevchuk R. Integrating digital technologies into Generation Z marketing strategies: studying values, channel effectiveness, and consumer trends. Revista Gestão & Tecnologia. 2024. DOI: <https://doi.org/10.20397/2177-6652/2024.v24i2.2835>.
6. Kovalchuk S., Pavlyuk S. Analysis of the state and transformations of retail: global trends and the Ukrainian segment. Innovation and Sustainability. 2024. DOI: <https://doi.org/10.31649/ins.2024.1.120.132>.
7. Кобець Д. Л., Ковальчук С. В. ChatGPT як інструмент розробки маркетингової стратегії підприємства. Трансформаційна економіка. 2023. № 5. DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2023-5-10>.
8. Kovalchuk S., Arefieva O., Shevchenko A., Kononov O., Subachov M. The Use of Digital Marketing Technologies in the Commercial Activity to Increase Enterprises' Value in the COVID-19 Conditions. Revista de la Universidad del Zulia. 2023. DOI: <https://doi.org/10.46925/rdluz.40.28>.
9. Колір у вебдизайні: повний гайд для новачків : сайт. URL: itstep.org (дата звернення: 18.02.2025).
10. Колористика в інтер'єрі: як правильно поєднувати відтінки : стаття. 2022. URL: thearchitect.pro (дата звернення: 18.02.2025).
11. Композиція в дизайні: основні принципи та прийоми : сайт. 2024. URL: prjctr.com (дата звернення: 18.02.2025).
12. Мистецтво презентації: як колір впливає на сприйняття слайдів : стаття. 2021. URL: happyfriday.com.ua (дата звернення: 18.02.2025).
13. Психологія сприйняття кольору : навчальний блог. 2023. URL: creativelive.com.ua (дата звернення: 18.02.2025).
14. Сенсорний маркетинг: як колір та світло продають у ритейлі : сайт. 2022. URL: retailers.ua (дата звернення: 18.02.2025).
15. Теорія кольору для дизайнерів: від колірного кола до психології : стаття. 2024. URL: skvot.io (дата звернення: 18.02.2025).

8. Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. Аналітичний медіапортал про ринок реклами, маркетингу, PR в Україні. URL: sostav.ua.
2. Аналітичний портал про маркетингові комунікації Marketing Media Review. URL: <https://mmr.ua>.

3. Веб-сайт Української асоціації маркетингу. URL: <http://uam.in.ua>.
4. Офіційний веб-сайт Всеукраїнської рекламної коаліції. URL: <https://vrk.org.ua>.
5. Google Scholar – міжнародна наукометрична база наукових публікацій. URL: <https://scholar.google.com>
6. Scopus – міжнародна база наукових публікацій та цитувань. URL: <https://www.scopus.com>
7. Web of Science – наукометрична база даних наукових досліджень. URL: <https://www.webofscience.com>
8. Statista – міжнародна база статистичних даних про ринки, маркетинг та електронну комерцію. URL: <https://www.statista.com>
9. Shopify Blog – практичні матеріали з електронної комерції та омніканальних продажів. URL: <https://www.shopify.com/blog>
10. Digital Marketing Institute – дослідження сучасних тенденцій цифрового маркетингу. URL: <https://digitalmarketinginstitute.com>