



ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСНА РАДА
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА
ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ЕКОНОМІКИ

Кафедра менеджменту, економіки, статистики та цифрових технологій

**ЕФЕКТИВНА ПРЕЗЕНТАЦІЯ:
ДИЗАЙН І ВІЗУАЛЬНО-ІНФОРМАЦІЙНИЙ АСПЕКТ**
Силабус навчальної дисципліни

Реквізити навчальної дисципліни

| | |
|------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Рівень вищої освіти | Перший (бакалаврський) |
| Галузь знань | D Бізнес, адміністрування та право |
| Спеціальність | D5 Маркетинг |
| Освітня програма | Бакалавр маркетингу https://surl.li/oacfaz |
| Статус дисципліни | Вибіркова |
| Форма навчання | денна |
| Рік підготовки, семестр | 2 курс, 4 семестр |
| Обсяг дисципліни | 3 кредити ЄКТС / 90 годин, у тому числі, самостійної роботи – 62 години, лекційних – 14 годин, практичних – 14 годин |
| Форма семестрового контролю | Залік |
| Мова викладання | Українська |
| Інформація про викладачів | Лекції, семінарські заняття, консультації: Ковальчук Світлана Володимирівна – доктор економічних наук, професор, професорка кафедри менеджменту, економіки, статистики та цифрових технологій s_kovalchuk@univer.km.ua https://univer.km.ua/profile/kovalchuk-svitlana-volodymyrivna Профілі у наукових базах даних: ORCID https://orcid.org/0000-0001-9535-8678 Scopus https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57192543325 W&S https://www.webofscience.com/wos/author/record/I-6027-2018 Google Scholar https://scholar.google.com.ua/citations?user=OufgBWQAAAAJ |
| Розміщення | Google classroom «Ефективна презентація: дизайн і візуально- |

| | |
|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| курсу | інформаційний аспект» |
| Консультації | Офлайн консультації: згідно із затвердженим розкладом; Онлайн консультації: за попередньою домовленістю електронною поштою та Google meet у робочі дні з 9.00 до 17.00; Консультації до екзамену: напередодні екзамену згідно із затвердженим розкладом. |

Програма навчальної дисципліни

1. Опис навчальної дисципліни

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 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. |
| Програмні результати навчання | <u>Спеціальні компетентності</u> |
| | СК4. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК5. Здатність використовувати маркетингову інформаційну систему та інформаційні технології у маркетинговій діяльності. СК10. Здатність використовувати маркетингові комунікації в діяльності підприємств. СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати та впроваджувати результати маркетингових досліджень. |
| Місце дисципліни в логічній схемі | Знання цієї навчальної дисципліни слугуватимуть базою для подальшого вивчення дисциплін: ОК 20 Маркетинг, ОК 27 Маркетинг у галузях та сферах діяльності Курсова робота, Бакалаврська робота. |
| Зміст навчальної дисципліни | Тема 1. Основи ефективної презентації та візуальної комунікації Тема 2. Структурування інформації у презентації Тема 3. Принципи дизайну презентацій (композиція, баланс, ієрархія) Тема 4. Типографіка та кольорова палітра презентації Тема 5. Візуалізація даних та інфографіка Тема 6. Цифрові інструменти створення презентацій Тема 7. Підготовка та проведення ефективної презентації |
| Рекомендовані джерела для | Рекомендовані джерела <i>Основні джерела</i> |

| | |
|----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>вивчення навчальної дисципліни</p> | <ol style="list-style-type: none"> 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. Синєпулова Н. Композиція: Тотальний контроль. Київ : ArtHuss, 2020. 176 с. 9. Чалдіні Р. Психологія впливу / пер. з англ. Харків : КСД, 2022. 352 с. <p style="text-align: center;">2. Допоміжна література</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 : |
|----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| | |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p>стаття. 2021. URL: happyfriday.com.ua (дата звернення: 18.02.2025).</p> <p>13. Психологія сприйняття кольору : навчальний блог. 2023. URL: creativelive.com.ua (дата звернення: 18.02.2025).</p> <p>14. Сенсорний маркетинг: як колір та світло продають у ритейлі : сайт. 2022. URL: retailers.ua (дата звернення: 18.02.2025).</p> <p>15. Теорія кольору для дизайнерів: від колірного кола до психології : стаття. 2024. URL: skvot.io (дата звернення: 18.02.2025).</p> <p style="text-align: center;">3. Інтернет-ресурси</p> <p>1. Аналітичний медіапортал про ринок реклами, маркетингу, PR в Україні. URL: sostav.ua.</p> <p>2. Аналітичний портал про маркетингові комунікації Marketing Media Review. URL: https://mmr.ua.</p> <p>3. Веб-сайт Української асоціації маркетингу. URL: http://uam.in.ua.</p> <p>4. Офіційний веб-сайт Всеукраїнської рекламної коаліції. URL: https://vrk.org.ua.</p> <p>5. Google Scholar – міжнародна наукометрична база наукових публікацій. URL: https://scholar.google.com</p> <p>6. Scopus – міжнародна база наукових публікацій та цитувань. URL: https://www.scopus.com</p> <p>7. Web of Science – наукометрична база даних наукових досліджень. URL: https://www.webofscience.com</p> <p>8. Statista – міжнародна база статистичних даних про ринки, маркетинг та електронну комерцію. URL: https://www.statista.com</p> <p>9. Shopify Blog – практичні матеріали з електронної комерції та омніканальних продажів. URL: https://www.shopify.com/blog</p> <p>10. Digital Marketing Institute – дослідження сучасних тенденцій цифрового маркетингу. URL: https://digitalmarketinginstitute.com</p> |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Навчальний контент

| | № | Назва теми | Кількість годин | | | | | |
|----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|----------------------|--------------|-----------|----------|----------|-----------|
| | | | Денна форма навчання | | | | | |
| | | | Усього | у тому числі | | | | |
| | | | | Лекції | Сем. | Лабор. | Ін.зав. | СРС |
| Тематичний план навчальної дисципліни | 1. | Основи ефективної презентації та візуальної комунікації | 12 | 2 | 2 | | | 8 |
| | 2. | Структурування інформації у презентації | 12 | 2 | 2 | | | 8 |
| | 3. | Принципи дизайну презентацій (композиція, баланс, ієрархія) | 12 | 2 | 2 | | | 8 |
| | 4. | Типографіка та кольорова палітра презентації | 12 | 2 | 2 | | | 8 |
| | 5. | Візуалізація даних та інфографіка | 12 | 2 | 2 | | | 8 |
| | 6. | Цифрові інструменти створення презентацій | 14 | 2 | 2 | | | 10 |
| | 7. | Підготовка та проведення ефективної презентації | 16 | 2 | 2 | | | 12 |
| | | Всього годин: | 90 | 14 | 14 | 0 | 0 | 62 |
| Методи навчання та | Під час лекційних занять застосовуються: 1) традиційний усний виклад змісту теми; | | | | | | | |

| | |
|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>форми поточного контролю</p> | <p>2) створення проблемних ситуацій; 3) слайдова презентація; 4) експрес-опитування, діалог, дискусія; 5) методи активного слухання та методи зворотного зв'язку. На семінарських та практичних заняттях застосовуються: 1) дискусійне обговорення проблемних питань; 2) вирішення ситуаційних завдань та кейсів, розв'язування практичних завдань; 4) розв'язування розрахункових завдань. Поточний контроль знань з навчальної дисципліни може проводитися у формах: 1) усне або електронне (у тому числі тестове) бліц-опитування студентів щодо засвоєння матеріалу; 2) усне або електронне (у тому числі тестове) опитування на семінарських заняттях; 3) виконання практичних завдань; 4) вирішення розрахункових завдань; 5) захист підготовленої презентації.</p> |
| <p>Лекційні заняття</p> | <p style="text-align: center;">Лекційне заняття 1 Тема 1. Сутність та роль ефективної презентації у сучасній комунікації</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Поняття презентації та її роль у професійній діяльності. 2. Презентація як інструмент комунікації в бізнесі, маркетингу та освіті. 3. Основні види презентацій та їх особливості. 4. Ключові елементи ефективної презентації: зміст, структура, дизайн, подача. 5. Типові помилки при створенні презентацій. <p style="text-align: center;">Лекційне заняття 2 Тема 2. Структурування інформації у презентації</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Принципи логічної побудови презентації. 2. Структура презентації: вступ, основна частина, висновки. 3. Формування ключового повідомлення презентації. 4. Використання сторітелінгу у презентаціях. 5. Адаптація презентації до цільової аудиторії. <p style="text-align: center;">Лекційне заняття 3 Тема 3. Основи дизайну презентацій</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Роль дизайну у візуальній комунікації. 2. Основні принципи дизайну: композиція, баланс, контраст, ієрархія. 3. Використання графічних елементів у презентаціях. 4. Формування єдиного стилю презентації. 5. Забезпечення візуальної простоти та зрозумілості інформації. <p style="text-align: center;">Лекційне заняття 4 Тема 4. Типографіка та кольорова палітра презентацій</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Поняття типографіки та її значення у презентаціях. 2. Основні типи шрифтів та правила їх використання. 3. Психологія кольору у візуальній комунікації. 4. Формування кольорової палітри презентації. 5. Забезпечення читабельності та візуальної гармонії. <p style="text-align: center;">Лекційне заняття 5 Тема 5. Візуалізація інформації та інфографіка</p> |

| | |
|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <ol style="list-style-type: none"> 1. Значення візуалізації інформації у презентаціях. 2. Основні методи представлення даних: таблиці, графіки, діаграми. 3. Принципи створення інфографіки. 4. Правила ефективної візуалізації даних. 5. Типові помилки у представленні інформації. <p style="text-align: center;">Лекційне заняття 6</p> <p style="text-align: center;">Тема 6. Цифрові інструменти створення презентацій</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сучасні програмні засоби створення презентацій. 2. Використання мультимедійних елементів у презентаціях. 3. Онлайн-інструменти для створення інфографіки та дизайну. 4. Застосування технологій штучного інтелекту у створенні презентацій. 5. Тренди розвитку цифрових презентаційних технологій. <p style="text-align: center;">Лекційне заняття 7</p> <p style="text-align: center;">Тема 7. Техніка проведення ефективної презентації</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Підготовка до презентаційного виступу. 2. Техніки публічного виступу та робота з аудиторією. 3. Використання невербальної комунікації під час презентації. 4. Робота із запитаннями та зворотним зв'язком аудиторії. 5. Критерії оцінювання ефективності презентації. |
| Практичні заняття | <p style="text-align: center;">Практичне заняття 1</p> <p style="text-align: center;">Тема 1. Сутність та роль ефективної презентації у сучасній комунікації</p> <p style="text-align: center;"><u>Питання для усного опитування та дискусії</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Презентація як форма професійної комунікації у сучасному інформаційному суспільстві. 2. Роль презентацій у маркетинговій діяльності, бізнес-комунікаціях та академічному середовищі. 3. Цілі та функції презентацій у процесі передачі інформації та формування управлінських рішень. 4. Класифікація презентацій за метою, змістом та типом аудиторії. 5. Основні елементи ефективної презентації: змістовний, структурний та візуальний аспекти. 6. Особливості сприйняття інформації аудиторією під час презентації. 7. Значення візуалізації інформації у процесі комунікації та переконання аудиторії. 8. Типові помилки у створенні презентацій та їх вплив на ефективність комунікації. <p style="text-align: center;">Методи навчання та форми поточного контролю</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) дискусійне обговорення проблемних питань – 1 бал 2) аудиторна письмова робота у формі виконання тестових завдань у Google формі за темою заняття – 2 бали. 3) вирішення ситуаційних та кейсових завдань – 2 бали. <p style="text-align: center;">Аудиторна робота</p> <p><u>Практичні завдання:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Проаналізувати приклад публічної презентації (бізнес-презентації, виступу конференції або освітньої презентації) та визначити її мету, структуру, цільову аудиторію і ключове повідомлення. 2. Визначити сильні та слабкі сторони обраної презентації з точки зору ефективності комунікації. 3. Порівняти дві презентації різного типу (наприклад, маркетингову |

та освітню) та визначити їхні особливості.

4. Скласти коротку характеристику видів презентацій, що використовуються у професійній діяльності маркетолога.
5. Підготувати коротке повідомлення про роль презентацій у сучасному інформаційному середовищі.

Ситуаційна вправа 1.

Аналіз ефективності презентації маркетингового проєкту

Маркетинговий відділ підприємства підготував презентацію нового продукту для потенційних партнерів. Презентація містить велику кількість текстової інформації, детальні технічні характеристики товару та декілька таблиць із даними дослідження ринку. Однак під час презентації аудиторія виявила низький рівень зацікавленості, частина слухачів втратила увагу, а після виступу виникла значна кількість уточнювальних запитань щодо основної ідеї проєкту.

Завдання:

- 1) визначити причини низької ефективності презентації;
- 2) проаналізувати структуру та зміст поданого матеріалу;
- 3) запропонувати шляхи вдосконалення презентації з позиції ефективної комунікації.

Ситуаційна вправа 2. Вибір формату презентації залежно від аудиторії

Компанія планує представити результати маркетингового дослідження щодо виведення нового продукту на ринок. Перед менеджером стоїть завдання підготувати презентацію для трьох різних аудиторій: керівництва компанії, потенційних інвесторів та студентської аудиторії під час відкритої лекції.

Завдання:

- 1) визначити особливості кожної цільової аудиторії;
- 2) обґрунтувати відмінності у змісті та структурі презентації;
- 3) запропонувати оптимальний формат презентації для кожної аудиторії.

Ситуаційна вправа 3. Оцінювання комунікаційної ефективності презентації

Під час ділової конференції один із спікерів представив презентацію про тенденції розвитку цифрового маркетингу. Презентація містила сучасні дані, однак слайди були перевантажені текстом, використано багато різних шрифтів та кольорів, а логіка викладу інформації була недостатньо чіткою.

Завдання:

- 1) визначити основні недоліки презентації;
- 2) оцінити вплив дизайну та структури на сприйняття інформації аудиторією;
- 3) сформулювати рекомендації щодо підвищення ефективності презентаційного матеріалу.

Кейс

Презентація нового маркетингового проєкту компанії

Умова кейсу

Компанія, що працює на ринку електронної комерції, планує запуск нової

цифрової платформи для продажу товарів українських виробників. Для залучення інвестицій керівництво компанії вирішило підготувати презентацію для потенційних інвесторів.

Команда маркетологів розробила презентацію, яка включає такі розділи:

- 1) опис ідеї проєкту;
- 2) аналіз ринку електронної комерції;
- 3) результати маркетингових досліджень;
- 4) фінансові прогнози;
- 5) конкурентні переваги проєкту.

Однак попередній перегляд презентації показав, що вона має ряд проблем:

- 1) відсутня чітко сформульована основна ідея;
- 2) структура презентації є надто складною;
- 3) велика кількість текстової інформації ускладнює сприйняття матеріалу;
- 4) візуальні елементи використовуються недостатньо ефективно.

Керівництво компанії поставило завдання удосконалити презентацію таким чином, щоб вона була зрозумілою, переконливою та здатною зацікавити потенційних інвесторів.

Завдання до кейсу

1. Визначити основну мету презентації та її цільову аудиторію.
2. Проаналізувати структуру презентації та визначити її сильні і слабкі сторони.
3. Запропонувати оптимальну структуру презентації для інвесторів.
4. Визначити ключові повідомлення, які повинні бути донесені до аудиторії.
5. Обґрунтувати роль візуалізації інформації у підвищенні ефективності презентації.
6. Розробити рекомендації щодо вдосконалення презентації з позиції ефективної комунікації.

Практичне заняття 2

Тема 2. Структурування інформації у презентації

Питання для усного опитування та дискусії

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

Методи навчання та форми поточного контролю

- 1) дискусійне обговорення проблемних питань – 1 бал
- 2) аудиторна письмова робота у формі виконання тестових завдань у Google формі за темою заняття – 2 бали.
- 3) вирішення ситуаційних та кейсових завдань – 2 бали.

Аудиторна робота

Практичні завдання:

1. Розробити структуру презентації на обрану тему (8–10 слайдів).
2. Сформулювати ключову ідею презентації та визначити основні повідомлення кожного блоку.

3. Побудувати логічну схему презентації (вступ, основна частина, висновки).
4. Проаналізувати приклад презентації та визначити її логічну структуру.
5. Розробити альтернативний варіант структури презентації для іншої цільової аудиторії.

Ситуаційна вправа 1. Визначення логічної структури презентації

Маркетинговий менеджер готує презентацію для керівництва компанії щодо результатів дослідження ринку та перспектив запуску нового продукту. Презентація містить значну кількість інформації: результати маркетингового аналізу, характеристику цільової аудиторії, аналіз конкурентів, фінансові розрахунки та прогноз продажів. Однак матеріал подано без чіткої структури, що ускладнює сприйняття інформації.

Завдання:

- 1) визначити оптимальну логічну структуру презентації;
- 2) запропонувати послідовність подання матеріалу;
- 3) сформулювати ключові повідомлення для кожного блоку презентації.

Ситуаційна вправа 2. Адаптація структури презентації до цільової аудиторії

Фахівець із маркетингу підготував презентацію щодо впровадження нової цифрової маркетингової стратегії підприємства. Цю презентацію планується представити трьом різним аудиторіям: керівництву компанії, потенційним партнерам та студентам під час освітнього заходу.

Завдання:

- 1) визначити інформаційні потреби кожної аудиторії;
- 2) обґрунтувати відмінності у структурі презентації;
- 3) запропонувати зміни у змісті та логіці викладу матеріалу залежно від аудиторії.

Ситуаційна вправа 3. Формування ключового повідомлення презентації

Під час підготовки презентації про розвиток електронної комерції підприємства команда маркетингологів включила до презентації значну кількість статистичних даних, графіків і таблиць. Проте основна ідея презентації залишилася нечіткою, що може ускладнити сприйняття інформації аудиторією.

Завдання:

- 1) визначити основну ідею презентації;
- 2) сформулювати ключове повідомлення, яке повинно бути донесене до аудиторії;
- 3) визначити, які дані є основними, а які – другорядними.

Кейс

Побудова структури презентації маркетингової стратегії підприємства

Умова кейсу

Компанія, що працює у сфері роздрібної торгівлі одягом, планує оновити маркетингову стратегію з урахуванням розвитку цифрових каналів продажу. Маркетинговий відділ підготував аналітичні матеріали, що включають результати дослідження ринку, аналіз поведінки споживачів, оцінювання конкурентного середовища та пропозиції щодо розвитку

омніканальних продажів.

Керівництво компанії доручило маркетинговому відділу підготувати презентацію, яка має бути представлена на стратегічній нараді. Метою презентації є обґрунтування необхідності впровадження нової маркетингової стратегії та переконання керівництва у доцільності інвестицій у цифрові канали комунікації.

Під час попереднього перегляду презентації було виявлено такі проблеми:

- 1) надмірна кількість інформації на слайдах;
- 2) відсутність чіткої логічної послідовності викладу матеріалу;
- 3) недостатня концентрація на ключових аргументах;
- 4) складність сприйняття статистичних даних.

У зв'язку з цим керівництво компанії запропонувало переглянути структуру презентації та підвищити її комунікаційну ефективність.

Завдання до кейсу

1. Визначити мету презентації та основну проблему, яка повинна бути висвітлена.
2. Проаналізувати існуючу структуру презентації та визначити її основні недоліки.
3. Запропонувати оптимальну структуру презентації маркетингової стратегії.
4. Сформулювати ключові повідомлення для кожного розділу презентації.
5. Визначити, які аналітичні дані доцільно включити до презентації, а які варто подати у додаткових матеріалах.
6. Розробити рекомендації щодо покращення логіки викладу інформації та підвищення ефективності презентації.

Практичне заняття 3

Тема 3. Основи дизайну презентацій

Питання для усного опитування та дискусії

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

Методи навчання та форми поточного контролю

- 1) дискусійне обговорення проблемних питань – 1 бал
- 2) аудиторна письмова робота у формі виконання тестових завдань у Google формі за темою заняття – 2 бали.
- 3) вирішення ситуаційних та кейсових завдань – 2 бали.

Аудиторна робота

Практичні завдання:

1. Проаналізувати дизайн прикладу презентації та визначити використані принципи композиції та візуальної ієрархії.
2. Розробити макет одного слайду з урахуванням принципів дизайну презентацій.
3. Створити приклад оформлення слайду з використанням зображень, іконок та схем.

4. Порівняти два варіанти дизайну слайду та визначити більш ефективний.

5. Розробити єдиний стиль оформлення презентації (шаблон слайдів).

Ситуаційна вправа 1. Аналіз дизайну презентації

Під час підготовки презентації маркетингового проєкту менеджер використав стандартний шаблон презентації, який містить різні кольори, декілька типів шрифтів та велику кількість графічних елементів. Частина слайдів перевантажена текстом, а зображення не пов'язані безпосередньо зі змістом матеріалу. У результаті презентація виглядає візуально неузгодженою, що ускладнює сприйняття інформації аудиторією.

Завдання:

- 1) визначити основні недоліки дизайну презентації;
- 2) проаналізувати використання кольорів, шрифтів та графічних елементів;
- 3) запропонувати рекомендації щодо покращення дизайну презентації.

Ситуаційна вправа 2. Вибір оптимального дизайну слайду

Команда маркетологів підготувала два варіанти оформлення одного і того ж слайду презентації. Перший варіант містить значну кількість тексту, декілька зображень і різні кольорові елементи. Другий варіант має мінімалістичний дизайн, короткий текст та один візуальний елемент, який ілюструє основну ідею.

Завдання:

- 1) порівняти обидва варіанти дизайну слайду;
- 2) визначити, який варіант є більш ефективним щодо візуальної комунікації;
- 3) обґрунтувати свій вибір.

Ситуаційна вправа 3. Формування єдиного стилю презентації

Маркетинговий відділ готує презентацію нового бренду компанії. У процесі підготовки презентації різні члени команди створювали окремі слайди, що призвело до використання різних шрифтів, кольорів і стилів оформлення.

Завдання:

- 1) визначити основні вимоги до формування єдиного стилю презентації;
- 2) запропонувати рекомендації щодо уніфікації дизайну слайдів;
- 3) обґрунтувати важливість візуальної цілісності презентації.

Кейс

Редизайн презентації маркетингового проєкту

Умова кейсу

Під час внутрішньої наради маркетинговий відділ представив презентацію нового рекламного проєкту. Презентація містила значний обсяг тексту, складні таблиці з даними, а також різні типи шрифтів і кольорів. Частина слайдів виглядала перевантаженою, що ускладнювало сприйняття інформації.

Керівництво компанії зазначило, що презентація містить корисну інформацію, однак її візуальне оформлення не відповідає принципам сучасного дизайну презентацій. У зв'язку з цим маркетинговій команді

доручено провести редизайн презентації з метою підвищення її ефективності.

Завдання до кейсу

1. Проаналізувати основні недоліки дизайну презентації.
2. Визначити, які принципи дизайну були порушені під час створення презентації.
3. Запропонувати рекомендації щодо покращення композиції слайдів.
4. Обґрунтувати використання кольорової палітри та типографіки у презентації.
5. Запропонувати способи візуалізації інформації для покращення сприйняття даних.
6. Розробити рекомендації щодо формування єдиного стилю презентації.

Практичне заняття 4

Тема 4. Типографіка та кольорова палітра презентацій

Питання для усного опитування та дискусії

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

Методи навчання та форми поточного контролю

- 1) дискусійне обговорення проблемних питань – 1 бал
- 2) аудиторна письмова робота у формі виконання тестових завдань у Google формі за темою заняття – 2 бали.
- 3) участь в рольовій грі, вирішення ситуаційних завдань, розв'язування задач – 2 бали.

Аудиторна робота

Практичні завдання:

1. Проаналізувати приклади використання шрифтів у презентаціях та оцінити їх читабельність.
2. Розробити кольорову палітру для презентації на обрану тему.
3. Створити приклад слайду з використанням різних типів шрифтів.
4. Порівняти декілька варіантів кольорового оформлення презентації та визначити найбільш ефективний.
5. Розробити рекомендації щодо використання шрифтів і кольорів у презентаціях.

Ситуаційна вправа 1. Вибір типографічного рішення для презентації бренду

Маркетинговий відділ компанії готує презентацію нового бренду органічної косметики для представлення її потенційним партнерам та дистриб'юторам. Презентація має підкреслювати екологічність, натуральність та інноваційність продукції. Під час підготовки матеріалів виникла проблема вибору типографічного оформлення презентації. Частина команди пропонує використовувати декоративні шрифти, які підкреслюють емоційність бренду, інші наполягають на використанні стриманих шрифтів для забезпечення читабельності та професійного

вигляду презентації.

Завдання:

- 1) визначити основні вимоги до використання шрифтів у презентаціях;
- 2) проаналізувати доцільність використання декоративних та класичних шрифтів;
- 3) запропонувати оптимальне типографічне рішення для презентації бренду;
- 4) обґрунтувати вибір шрифтів з позиції читабельності та візуальної гармонії.

Ситуаційна вправа 2. Формування кольорової палітри презентації

Компанія планує презентувати нову маркетингову програму розвитку туристичного бренду регіону. Презентація повинна передавати атмосферу гостинності, культурної автентичності та туристичної привабливості території. Під час розроблення презентації дизайнери запропонували декілька варіантів кольорових рішень: яскраву контрастну палітру, стриману корпоративну гаму та пастельні кольори, що асоціюються з природою.

Завдання:

- 1) визначити роль кольору у візуальній комунікації;
- 2) проаналізувати можливі варіанти кольорової палітри;
- 3) обґрунтувати вибір оптимального кольорового рішення для презентації;
- 4) сформулювати рекомендації щодо поєднання кольорів у презентаціях.

Кейс

Розроблення типографіки та кольорової концепції презентації маркетингової кампанії

Умова кейсу

Підприємство планує провести масштабну маркетингову кампанію з просування нової лінійки спортивного одягу для молодіжної аудиторії. Для презентації маркетингової концепції компанія готує презентаційні матеріали, які будуть представлені на стратегічній нараді керівництва та потенційних партнерів.

Під час підготовки презентації команда маркетологів і дизайнерів зіткнулася з проблемою вибору оптимального стилю оформлення слайдів. Частина команди пропонує використати яскраві контрастні кольори та експресивні шрифти, що відповідають молодіжному стилю бренду. Інші учасники команди вважають, що презентація для керівництва повинна мати стриманий дизайн із мінімальною кількістю кольорів і класичними шрифтами.

У результаті виникла дискусія щодо того, який стиль оформлення презентації буде найбільш ефективним з точки зору комунікації, читабельності та відповідності позиціонуванню бренду.

Завдання до кейсу

1. Проаналізувати роль типографіки та кольору у створенні візуального стилю презентації.
2. Визначити особливості використання шрифтів у презентаціях для різних цільових аудиторій.
3. Обґрунтувати принципи формування кольорової палітри

презентації.

4. Запропонувати оптимальне поєднання шрифтів для презентаційних матеріалів.
5. Розробити рекомендації щодо використання кольорів для підвищення ефективності презентації.
6. Сформувати концепцію візуального стилю презентації маркетингової кампанії.

Практичне заняття 5

Тема 5. Візуалізація інформації та інфографіка

Питання для усного опитування та дискусії

1. Сутність та значення візуалізації інформації.
2. Основні способи представлення даних у презентаціях.
3. Використання графіків, діаграм та таблиць у презентації.
4. Поняття інфографіки та її функції.
5. Принципи створення ефективною інфографіки.
6. Переваги використання візуальних елементів у презентаціях.
7. Вплив візуалізації даних на сприйняття інформації аудиторією.
8. Типові помилки у візуалізації інформації.

Методи навчання та форми поточного контролю

- 1) дискусійне обговорення проблемних питань – 1 бал
- 2) аудиторна письмова робота у формі виконання тестових завдань у Google формі за темою заняття – 2 бали.
- 3) вирішення ситуаційних та кейсових завдань – 2 бали.

Аудиторна робота

Практичні завдання:

1. Представити статистичні дані у вигляді графіка або діаграми для використання у презентації.
2. Розробити інфографіку для пояснення певного процесу або явища.
3. Порівняти різні способи візуалізації одних і тих самих даних.
4. Проаналізувати приклад інфографіки та визначити її інформаційну ефективність.
5. Підготувати слайд із використанням декількох елементів візуалізації даних.

Ситуаційна вправа 1. Вибір оптимального способу візуалізації маркетингових даних

Маркетинговий відділ підприємства підготував аналітичний звіт про результати продажів продукції за останні три роки. У звіті представлено значний обсяг статистичної інформації: обсяги продажів за регіонами, динаміку зростання попиту, структуру клієнтської бази та результати рекламних кампаній.

Під час підготовки презентації для керівництва виникла проблема ефективного представлення цієї інформації. Частина співробітників пропонує використати таблиці з числовими показниками, інші наполягають на використанні графіків і діаграм, які дозволять швидше сприймати інформацію.

Завдання:

- 1) визначити роль візуалізації даних у презентаціях;
- 2) проаналізувати різні способи представлення статистичної інформації;

- 3) запропонувати оптимальні види графіків або діаграм для подання даних;
- 4) обґрунтувати свій вибір з позиції наочності та зрозумілості інформації.

Ситуаційна вправа 2. Перетворення аналітичної інформації на інфографіку

Компанія проводить маркетингове дослідження поведінки споживачів на ринку електронної комерції. Результати дослідження містять дані про вікову структуру клієнтів, частоту покупок, популярність різних каналів продажу та рівень задоволеності клієнтів сервісом.

Для презентації результатів дослідження необхідно перетворити отримані дані у наочну інфографіку, яка дозволить аудиторії швидко зрозуміти ключові тенденції ринку.

Завдання:

- 1) визначити основні елементи ефективної інфографіки;
- 2) обрати показники, які доцільно представити у візуальній формі;
- 3) запропонувати структуру інфографіки;
- 4) обґрунтувати вибір графічних елементів для представлення інформації.

Кейс

Візуалізація результатів маркетингового дослідження

Умова кейсу

Компанія, що працює у сфері онлайн-торгівлі, провела комплексне маркетингове дослідження споживчої поведінки на ринку електронної комерції. Метою дослідження було визначення факторів, що впливають на вибір онлайн-магазину, а також оцінювання ефективності цифрових каналів продажу.

Результати дослідження містять такі дані:

- 1) розподіл покупців за віковими групами;
- 2) частоту здійснення онлайн-покупок;
- 3) популярність різних каналів комунікації (соціальні мережі, реклама в пошукових системах, email-маркетинг);
- 4) рівень довіри споживачів до різних інтернет-магазинів;
- 5) основні фактори вибору онлайн-магазину (ціна, асортимент, швидкість доставки, відгуки клієнтів).

Маркетинговий відділ підготував презентацію з результатами дослідження, однак інформація подана переважно у вигляді текстових описів і великих таблиць, що ускладнює її сприйняття під час презентації. Керівництво компанії доручило маркетинговій команді переробити презентацію, використовуючи сучасні методи візуалізації даних та інфографіку.

Завдання до кейсу

1. Проаналізувати подані результати маркетингового дослідження та визначити ключові показники, які необхідно представити у презентації.
2. Визначити, які типи графіків або діаграм доцільно використати для представлення кожного виду даних.
3. Розробити концепцію інфографіки для демонстрації результатів дослідження.
4. Обґрунтувати використання різних візуальних елементів для

підвищення наочності інформації.

5. Запропонувати структуру слайдів презентації з використанням інфографіки.
6. Сформулювати рекомендації щодо підвищення ефективності візуалізації маркетингових даних.

Практичне заняття 6

Тема 6. Цифрові інструменти створення презентацій

Питання для усного опитування та дискусії

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

Методи навчання та форми поточного контролю

- 1) дискусійне обговорення проблемних питань – 1 бал
- 2) аудиторна письмова робота у формі виконання тестових завдань у Google формі за темою заняття – 2 бали.
- 3) вирішення ситуаційних та кейсових завдань – 2 бали.

Аудиторна робота

Практичні завдання:

1. Створити презентацію з використанням сучасних програмних засобів (PowerPoint, Google Slides, Canva або інших).
2. Використати у презентації мультимедійні елементи (зображення, відео, анімацію).
3. Ознайомитися з можливостями використання інструментів штучного інтелекту для створення презентацій.
4. Порівняти функціональні можливості різних програм для створення презентацій.
5. Підготувати короткий огляд сучасних цифрових інструментів презентаційного дизайну.

Ситуаційна вправа 1. Вибір програмного інструменту для створення презентації

Маркетинговий відділ підприємства готує презентацію нової стратегії розвитку бренду для внутрішньої стратегічної наради. Команда розглядає можливість використання різних цифрових інструментів для створення презентації: PowerPoint, Google Slides, Canva та Prezi.

Кожен із членів команди пропонує різні варіанти, аргументуючи це зручністю використання, функціональними можливостями програм та можливістю створення сучасного дизайну презентації. Однак керівництву необхідно обрати найбільш ефективний інструмент, який дозволить підготувати презентацію у стислі терміни та забезпечить високий рівень візуальної якості.

Завдання:

- 1) визначити основні можливості сучасних програм для створення презентацій;
- 2) порівняти функціональні можливості різних цифрових

інструментів;

- 3) визначити переваги та недоліки кожної програми;
- 4) обґрунтувати вибір оптимального інструменту для підготовки презентації.

Ситуаційна вправа 2. Використання інструментів штучного інтелекту у створенні презентацій

Компанія планує підготувати презентацію результатів маркетингового дослідження для представлення потенційним інвесторам. У зв'язку з обмеженим часом команда маркетологів вирішила використати сучасні інструменти штучного інтелекту, які дозволяють автоматично створювати структуру презентації, генерувати дизайн слайдів та підбирати візуальні елементи.

Серед можливих інструментів розглядаються платформи Gamma, Tome, Beautiful AI та Canva AI. Однак виникає питання щодо ефективності використання таких технологій та можливих ризиків їх застосування.

Завдання:

- 1) визначити можливості використання штучного інтелекту у створенні презентацій;
- 2) проаналізувати переваги та обмеження використання інструментів ШІ;
- 3) визначити етапи підготовки презентації, де доцільно використовувати технології ШІ;
- 4) сформулювати рекомендації щодо ефективного використання цифрових інструментів презентаційного дизайну.

Кейс

Використання цифрових технологій та штучного інтелекту для створення презентації маркетингової стратегії

Умова кейсу

Компанія планує представити нову цифрову маркетингову стратегію на міжнародній галузевій конференції. Презентація повинна містити аналітичні дані, результати маркетингових досліджень, прогноз розвитку ринку та пропозиції щодо впровадження нових цифрових каналів комунікації.

Маркетинговий відділ має обмежений час для підготовки презентації, тому команда вирішила використати сучасні цифрові інструменти, включаючи платформи для створення презентацій та сервіси штучного інтелекту.

Під час підготовки презентації виникли такі проблеми:

- 1) необхідність швидкого створення структури презентації;
- 2) потреба у сучасному дизайні слайдів;
- 3) необхідність ефективної візуалізації маркетингових даних;
- 4) забезпечення інтерактивності та динамічності презентації.

Керівництво компанії доручило маркетинговій команді обрати оптимальні цифрові інструменти та розробити ефективну презентацію, яка відповідатиме сучасним вимогам професійної комунікації.

Завдання до кейсу

1. Визначити основні етапи створення презентації з використанням цифрових інструментів.
2. Проаналізувати можливості використання програм для створення презентацій.

3. Визначити роль технологій штучного інтелекту у підготовці презентацій.
4. Запропонувати оптимальну комбінацію цифрових інструментів для створення презентації.
5. Обґрунтувати використання мультимедійних елементів у презентації.
6. Розробити рекомендації щодо ефективного використання цифрових технологій у презентаційній діяльності.

Семінарське заняття 7

Тема 7. Техніка проведення ефективної презентації

Питання для усного опитування та дискусії

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

Методи навчання та форми поточного контролю

- 1) дискусійне обговорення проблемних питань – 1 бал
- 2) аудиторна письмова робота у формі виконання тестових завдань у Google формі за темою заняття – 2 бали.
- 3) вирішення ситуаційних та кейсових завдань – 2 бали.

Аудиторна робота

Практичні завдання:

1. Підготувати короткий презентаційний виступ на обрану тему.
2. Визначити основні прийоми взаємодії з аудиторією під час презентації.
3. Проаналізувати відеозапис виступу спікера та оцінити його комунікаційні прийоми.
4. Розробити рекомендації щодо підвищення ефективності презентаційного виступу.
5. Провести самооцінювання власної презентації за визначеними критеріями.

Ситуаційна вправа 1. Управління увагою аудиторії під час презентації

Під час презентації результатів маркетингового дослідження менеджер представив детальний аналіз ринку, використовуючи підготовлені слайди. Однак у процесі виступу частина аудиторії втратила інтерес до презентації: слухачі почали відволікатися, ставити запитання, які не стосувалися теми виступу, або переглядати інформацію на власних пристроях.

Причиною цього стала монотонна подача матеріалу, надмірна кількість тексту на слайдах та недостатня взаємодія з аудиторією.

Завдання:

- 1) визначити основні причини зниження уваги аудиторії;
- 2) проаналізувати помилки, допущені під час презентації;
- 3) запропонувати прийоми утримання уваги аудиторії;
- 4) сформулювати рекомендації щодо покращення комунікації під час

| | |
|-------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p>презентації.</p> <p><i>Ситуаційна вправа 2. Робота із запитаннями та запереченнями аудиторії</i></p> <p>Під час презентації бізнес-проєкту потенційні інвестори поставили ряд критичних запитань щодо фінансових прогнозів і ризиків реалізації проєкту. Спікер не був достатньо підготовлений до таких запитань, що призвело до невпевнених відповідей і зниження довіри аудиторії до представленої інформації.</p> <p><i>Завдання:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1) визначити значення підготовки до запитань аудиторії під час презентації; 2) проаналізувати типові помилки спікера під час відповіді на запитання; 3) запропонувати методи ефективної роботи із запитаннями та запереченнями аудиторії; 4) сформулювати рекомендації щодо підготовки до презентаційного виступу. <p style="text-align: center;"><i>Кейс</i></p> <p style="text-align: center;"><i>Проведення презентації інвестиційного проєкту</i></p> <p><u><i>Умова кейсу</i></u></p> <p>Молода компанія, що працює у сфері цифрових технологій, розробила новий онлайн-сервіс для автоматизації маркетингових кампаній малого бізнесу. Для залучення фінансування керівництво компанії планує представити проєкт потенційним інвесторам під час спеціальної презентаційної сесії.</p> <p>Команда підготувала презентацію, яка містить інформацію про ідею стартапу, результати дослідження ринку, бізнес-модель, конкурентні переваги та фінансові прогнози. Однак під час репетиції презентації було виявлено ряд проблем:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) спікер перевантажує виступ великою кількістю інформації; 2) презентація перевищує запланований час виступу; 3) частина слайдів дублює інформацію, що озвучується; 4) недостатньо уваги приділяється ключовим перевагам проєкту. <p>Керівництво компанії поставило завдання удосконалити презентацію та підготувати спікера до ефективного виступу перед інвесторами.</p> <p><i>Завдання до кейсу</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Визначити основну мету презентації інвестиційного проєкту. 2. Проаналізувати структуру презентації та визначити її основні недоліки. 3. Запропонувати оптимальну структуру виступу перед інвесторами. 4. Визначити ключові аргументи, які повинні бути представлені у презентації. 5. Запропонувати прийоми ефективної взаємодії з аудиторією під час виступу. 6. Сформулювати рекомендації щодо підвищення переконливості презентації. |
| <p>Самостійна робота студентів</p> | <p>Самостійна робота передбачає опрацювання навчальної та наукової літератури, аналіз прикладів презентацій, виконання практичних завдань, підготовку індивідуальних презентаційних проєктів та використання</p> |

сучасних цифрових інструментів візуалізації інформації.

1. Опрацювання теоретичних джерел:

- вивчення навчальної та наукової літератури з питань дизайну презентацій, візуальної комунікації та інформаційного дизайну;
- опрацювання наукових статей щодо використання цифрових технологій і штучного інтелекту у створенні презентацій;
- підготовка коротких конспектів або тез за результатами опрацювання літератури.

2. Аналіз прикладів презентацій:

- аналіз презентацій відомих компаній, маркетингових проєктів або публічних виступів (TED, конференції, бізнес-презентації);
- визначення особливостей структури, дизайну та способів подання інформації;
- оцінювання ефективності використання візуальних елементів.

3. Підготовка індивідуальної презентації

Студенти готують презентацію на одну із запропонованих тем:

- презентація маркетингового проєкту;
- презентація результатів маркетингового дослідження;
- презентація бізнес-ідеї або стартапу;
- презентація бренду або рекламної кампанії.

Презентація повинна містити:

- 1) логічну структуру;
- 2) використання принципів дизайну презентацій;
- 3) застосування графіків, діаграм або інфографіки;
- 4) візуальну узгодженість стилю.

4. Створення інфографіки: підготовка інфографіки для представлення статистичних або аналітичних даних; використання сучасних онлайн-інструментів для створення інфографіки; обґрунтування вибору способу візуалізації даних.

5. Використання цифрових інструментів презентацій:

- 1) створення презентації з використанням сучасних платформ (PowerPoint, Google Slides, Canva, Prezi тощо);
- 2) ознайомлення з можливостями використання інструментів штучного інтелекту для створення презентацій;
- 3) підготовка короткого огляду цифрових сервісів для створення презентацій.

6. Підготовка до публічного виступу

- розроблення сценарію презентаційного виступу;
- визначення ключових аргументів та способів взаємодії з аудиторією;
- підготовка до відповідей на запитання аудиторії.

Студенти виконують письмові та індивідуальні завдання самостійно, отримуючи за потреби консультації від науково-педагогічного працівника протягом семестру.

Форма контролю передбачає перевірку письмових робіт та захист індивідуального завдання. Питання письмових робіт можуть бути винесені на підсумковий семестровий контроль з дисципліни.

Письмова робота

Тема 1. Сутність та роль ефективної презентації у сучасній комунікації

Питання для самостійної роботи

1. Сутність презентації як інструменту професійної комунікації.
2. Роль презентацій у маркетинговій діяльності та бізнес-комунікаціях.
3. Еволюція підходів до створення презентацій у сучасному інформаційному середовищі.
4. Основні тенденції розвитку презентаційних технологій у цифровій економіці.

Завдання та методичні рекомендації

Опрацювати навчальну та наукову літературу з проблематики презентаційної комунікації та розкрити сутність презентації як важливого інструменту професійної взаємодії у сучасному інформаційному середовищі. Проаналізувати еволюцію підходів до створення презентацій – від традиційних інформаційних доповідей до сучасних інтерактивних і цифрових форматів презентацій. Визначити сучасні чинники трансформації презентаційної комунікації та охарактеризувати роль цифрових технологій і візуалізації інформації у підвищенні ефективності взаємодії з аудиторією.

Тема 2. Структурування інформації у презентації

Питання для самостійної роботи

1. Значення логічної структури у побудові презентації.
2. Основні етапи формування структури презентації.
3. Роль ключового повідомлення у презентації.
4. Використання сторітелінгу у презентаційній комунікації.

Завдання та методичні рекомендації

Опрацювати навчальну та наукову літературу щодо принципів структуризації інформації у презентаціях та визначити значення логічної побудови матеріалу для ефективної комунікації. Проаналізувати основні елементи структури презентації (вступ, основна частина, висновки) та їх роль у формуванні цілісного повідомлення. Дослідити можливості використання сторітелінгу як інструменту підвищення переконливості презентацій. Визначити типові помилки у структуризації презентаційного матеріалу.

Тема 3. Основи дизайну презентацій

Питання для самостійної роботи

1. Роль дизайну у візуальній комунікації.
2. Основні принципи дизайну презентацій.
3. Візуальна ієрархія та композиція у презентаційних матеріалах.
4. Сучасні тенденції дизайну презентацій.

Завдання та методичні рекомендації

Опрацювати навчальну та наукову літературу щодо принципів дизайну презентацій та розкрити значення візуального оформлення у процесі представлення інформації. Проаналізувати основні принципи дизайну (композиція, баланс, контраст, візуальна ієрархія) та їх вплив на сприйняття інформації аудиторією. Охарактеризувати роль графічних елементів у презентаціях та визначити сучасні тенденції дизайну презентацій.

Тема 4. Типографіка та кольорова палітра презентацій

Питання для самостійної роботи

1. Значення типографіки у презентаційних матеріалах.
2. Основні принципи використання шрифтів у презентаціях.
3. Психологічний вплив кольору у візуальній комунікації.
4. Принципи формування кольорової палітри презентації.

Завдання та методичні рекомендації

Опрацювати навчальну та наукову літературу щодо ролі типографіки та кольору у презентаціях. Розкрити значення шрифтового оформлення для забезпечення читабельності та інформаційної виразності презентацій. Проаналізувати психологічний вплив кольору на сприйняття інформації аудиторією. Визначити основні принципи формування гармонійної кольорової палітри презентаційних матеріалів.

Тема 5. Візуалізація інформації та інфографіка

Питання для самостійної роботи

1. Сутність та значення візуалізації інформації у презентаціях.
2. Основні способи представлення даних у презентаційних матеріалах.
3. Поняття інфографіки та її роль у презентаційній комунікації.
4. Переваги використання графіків, діаграм та схем у презентаціях.

Завдання та методичні рекомендації

Опрацювати навчальну та наукову літературу щодо методів візуалізації інформації. Проаналізувати основні способи представлення аналітичних даних у презентаціях (графіки, діаграми, таблиці, інфографіка). Визначити роль інфографіки у підвищенні наочності та зрозумілості інформації. Охарактеризувати типові помилки у процесі візуалізації даних.

Тема 6. Цифрові інструменти створення презентацій

Питання для самостійної роботи

1. Сучасні програмні засоби створення презентацій.
2. Онлайн-платформи для розроблення презентаційних матеріалів.
3. Роль цифрових технологій у створенні презентацій.
4. Використання інструментів штучного інтелекту у презентаційній діяльності.

Завдання та методичні рекомендації

Опрацювати навчальну та наукову літературу щодо використання цифрових технологій у створенні презентацій. Проаналізувати функціональні можливості сучасних програмних засобів створення презентацій (PowerPoint, Google Slides, Canva, Prezi та ін.). Дослідити роль цифрових технологій у розвитку презентаційної комунікації. Визначити можливості використання інструментів штучного інтелекту для створення презентацій.

Тема 7. Техніка проведення ефективної презентації

Питання для самостійної роботи

1. Основні принципи підготовки до презентаційного виступу.
2. Роль невербальної комунікації під час презентації.
3. Методи взаємодії з аудиторією під час презентації.
4. Основні чинники ефективності презентаційного виступу.

Завдання та методичні рекомендації

Опрацювати навчальну та наукову літературу з питань техніки публічного

виступу. Розкрити сутність ефективної презентаційної комунікації та визначити її основні етапи. Проаналізувати роль невербальної комунікації та взаємодії з аудиторією під час презентаційного виступу. Визначити основні чинники, що впливають на переконливість і ефективність презентації.

Індивідуальні завдання

У процесі вивчення навчальної дисципліни «Ефективна презентація: дизайн і візуально-інформаційний аспект» студенти виконують два індивідуальні завдання за власним вибором із запропонованого переліку. Метою виконання індивідуальних завдань є поглиблення теоретичних знань у сфері презентаційної комунікації, дизайну презентацій та візуалізації інформації, формування аналітичних навичок і розвиток здатності застосовувати сучасні цифрові інструменти для створення ефективних презентацій у професійній діяльності. Максимальна кількість балів за виконання одного індивідуального завдання становить 10 балів.

Варіант 1

Онлайн-курси з презентаційного дизайну та візуальної комунікації
(максимум 10 балів)

Студенти можуть пройти онлайн-курси на освітніх платформах, присвячені сучасним підходам до:

- 1) створення ефективних презентацій
- 2) презентаційного дизайну
- 3) візуалізації даних та інфографіки
- 4) публічних виступів і презентаційної комунікації
- 5) використання цифрових інструментів створення презентацій
- 6) використання технологій штучного інтелекту у створенні презентацій.

Студент самостійно обирає один або декілька курсів, що відповідають тематиці дисципліни «Ефективна презентація: дизайн і візуально-інформаційний аспект», попередньо погодивши свій вибір із науково-педагогічним працівником, який забезпечує викладання дисципліни. Після завершення курсу студент подає сертифікат, що підтверджує успішне проходження навчання, а також короткий аналітичний звіт.

Орієнтовний перелік курсів

Курси з цифрових комунікацій та дизайну

<https://prometheus.org.ua/prometheus-free/design-thinking/>

<https://prometheus.org.ua/prometheus-free/visual-communication/>

Курси з цифрових технологій та інновацій

<https://prometheus.org.ua/prometheus-free/what-to-do-next/>

<https://prometheus.org.ua/prometheus-free/digital-marketing/>

Курси з розвитку професійних навичок

<https://prometheus.org.ua/prometheus-free/management/>

Результат виконання завдання

Сертифікат про проходження онлайн-курсу.

Короткий аналітичний звіт (2–3 сторінки) щодо можливостей застосування отриманих знань у сфері створення ефективних презентацій, використання сучасних інструментів візуалізації інформації та розвитку презентаційної комунікації.

Варіант 2

Опрацювання професійної літератури з презентаційного дизайну та

візуальної комунікації

(максимум 10 балів)

Студентам пропонується опрацювати книгу або професійне видання, присвячене створенню презентацій, дизайну презентацій, візуалізації даних, сторітелінгу та публічним виступам.

Метою завдання є формування розуміння сучасних підходів до створення презентацій, використання візуальних елементів у комунікації, застосування принципів дизайну та цифрових технологій для ефективного представлення інформації.

Рекомендована література (на вибір)

1. Nancy Duarte

Slide:ology: The Art and Science of Creating Great Presentations

У книзі розглядаються основні принципи створення ефективних презентацій, побудови структури презентаційного матеріалу та використання візуального дизайну для підсилення комунікаційного впливу.

2. Garr Reynolds

Presentation Zen: Simple Ideas on Presentation Design and Delivery

Автор пропонує сучасний підхід до створення презентацій, заснований на принципах простоти, мінімалізму та ефективної візуальної комунікації.

3. Cole Nussbaumer Knaflic

Storytelling with Data

Книга присвячена методам ефективної візуалізації даних та використання інфографіки для представлення складної інформації у зрозумілій та наочній формі.

4. Carmine Gallo

Talk Like TED

У книзі розглядаються принципи створення переконливих презентацій та техніки публічних виступів, які використовують найуспішніші спікери.

Завдання для студента

Після опрацювання обраної книги необхідно:

- 1) визначити основні ідеї та концепції, представлені автором;
- 2) проаналізувати підходи до створення ефективних презентацій;
- 3) визначити роль дизайну та візуалізації інформації у презентаціях;
- 4) пояснити значення цифрових технологій та сучасних інструментів створення презентацій;
- 5) підготувати відповіді на 20 тестових або відкритих запитань за змістом книги.

Результат виконання завдання

Студент подає аналітичний звіт обсягом 3–4 сторінки, у якому:

- 1) узагальнює основні ідеї книги;
- 2) аналізує підходи до створення ефективних презентацій;
- 3) визначає можливості використання описаних підходів у професійній діяльності;
- 4) формулює власні висновки щодо використання сучасних технологій презентаційної комунікації.

Варіант 3

Участь у наукових заходах

(максимум 10 балів)

Студент може взяти участь у наукових конференціях, науково-практичних семінарах або круглих столах, присвячених проблемам розвитку маркетингу, логістики або підприємництва.

| | |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p>Завдання передбачас: Вибір теми наукового дослідження, пов'язаної з проблематикою маркетингу та логістики в туризмі. Підготовку тез доповіді. Участь у науковій конференції або іншому науковому заході. Публікацію тез у збірнику матеріалів конференції. Тема наукової доповіді попередньо погоджується з науково-педагогічним працівником.</p> <p>Результат виконання завдання</p> <ul style="list-style-type: none"> – підготовлені тези доповіді; – підтвердження участі у науковому заході (сертифікат або програма конференції). |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Політика та контроль

| | |
|------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Політика щодо дедлайнів та здобуття балів за пропущені заняття</p> | <p>Перескладання лекцій та семінарських занять відбувається у порядку, визначеному Положенням про організацію освітнього процесу у Хмельницькому університеті управління та права імені Леоніда Юзькова, затверджене рішенням вченої ради від 29.08.2025 р., протокол №1, введене в дію наказом від 29.08.2025 р. № 523/25 (https://surl.li/liuxqd) (у новій редакції).</p> <p>Перескладання лекцій: виконання завдання за темою пропущеної лекції.</p> <p>Перескладання семінарських занять: усне опитування по питаннях семінару.</p> |
|------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| | |
|------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Підсумковий контроль</p> | <p style="text-align: center;">Питання для підсумкового контролю</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність презентації як інструменту професійної комунікації. 2. Роль презентацій у маркетинговій діяльності підприємства. 3. Основні функції презентацій у процесі передачі інформації. 4. Види презентацій та їх характеристика. 5. Етапи підготовки презентації. 6. Основні вимоги до ефективної презентації. 7. Особливості сприйняття інформації аудиторією під час презентації. 8. Значення візуальної комунікації у презентаційній діяльності. 9. Основні принципи структурування презентаційного матеріалу. 10. Структура презентації: вступ, основна частина, висновки. 11. Поняття ключового повідомлення презентації. 12. Роль сторітелінгу у презентаціях. 13. Основні підходи до побудови логіки презентаційного виступу. 14. Типові помилки у структуруванні презентацій. 15. Поняття дизайну презентацій та його значення. 16. Основні принципи дизайну презентацій. 17. Композиція та баланс у презентаційному дизайні. 18. Контраст та візуальна ієрархія у презентації. 19. Принципи використання графічних елементів у презентаціях. 20. Сучасні тенденції дизайну презентацій. 21. Поняття типографіки та її роль у презентаціях. 22. Основні типи шрифтів та їх використання у презентаційних матеріалах. 23. Принципи вибору шрифтів для презентацій. 24. Психологія кольору у візуальній комунікації. 25. Основні принципи формування кольорової палітри презентації. 26. Поєднання кольорів у презентаційному дизайні. |
|------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| | |
|-----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p>27. Забезпечення читабельності тексту на слайдах.</p> <p>28. Типові помилки у використанні шрифтів та кольорів у презентаціях.</p> <p>29. Поняття візуалізації інформації.</p> <p>30. Значення візуалізації даних у презентаціях.</p> <p>31. Основні способи представлення даних у презентаціях.</p> <p>32. Використання графіків і діаграм у презентаційних матеріалах.</p> <p>33. Роль інфографіки у презентаціях.</p> <p>34. Принципи створення ефективної інфографіки.</p> <p>35. Типові помилки у візуалізації інформації.</p> <p>36. Сучасні програмні засоби створення презентацій.</p> <p>37. Основні можливості програм для створення презентацій.</p> <p>38. Онлайн-платформи для створення презентацій.</p> <p>39. Використання мультимедійних елементів у презентаціях.</p> <p>40. Використання хмарних технологій у створенні презентацій.</p> <p>41. Застосування технологій штучного інтелекту у створенні презентацій.</p> <p>42. Основні тенденції цифровізації презентаційної діяльності.</p> <p>43. Підготовка до презентаційного виступу.</p> <p>44. Основні принципи ефективного публічного виступу.</p> <p>45. Невербальна комунікація під час презентації.</p> <p>46. Методи утримання уваги аудиторії під час презентації.</p> <p>47. Взаємодія з аудиторією під час презентації.</p> <p>48. Робота із запитаннями та запереченнями аудиторії.</p> <p>49. Критерії оцінювання ефективності презентації.</p> <p>50. Значення рефлексії та аналізу результатів презентаційного виступу.</p> |
| <p>Критерії оцінювання</p> | <p>1. Положення про організацію освітнього процесу у Хмельницькому університеті управління та права імені Леоніда Юзькова, затверджене рішенням вченої ради від 29.08.2025 р., протокол №1, введене в дію наказом від 29.08.2025 р. № 523/25 (https://surl.li/liuxqd) (у новій редакції).</p> <p>2. Положення про систему рейтингового оцінювання результатів освітньої діяльності здобувачів вищої освіти у Хмельницькому університеті управління та права наказом від 19.02.2019 р. №74/19 (http://www.univer.km.ua/page/Polozhennya_ratings.pdf)</p> <p>Нарахування балів студентам з навчальної дисципліни здійснюється відповідно до такої схеми:</p> <div style="text-align: center;"> <pre> graph TD A[Вивчення навчальної дисципліни] --> B[100 балів] B --> C[Очна (денна, вечірня) форма здобуття освіти] B --> D[Заочна форма здобуття освіти] C --> E[10 балів – за результатами навчання під час лекцій] D --> F[5 балів – за результатами навчання під час лекцій] </pre> </div> |



Обсяг балів, здобутих здобувачем вищої освіти під час **лекцій** з навчальної дисципліни, визначається у пропорційному співвідношенні до кількості відвіданих лекцій. Загальна кількість балів визначається за формулою:

$$\sum_{л} = \Phi_{л} / \Pi_{л} \times \text{Мах}, \text{ де:}$$

$\sum_{л}$ – загальна кількість балів;

$\Phi_{л}$ – кількість фактично відвіданих лекцій;

$\Pi_{л}$ – планова кількість лекцій, визначена робочою програмою;

Мах – максимальна кількість балів, яку здобувач вищої освіти може отримати за роботу на лекціях.

Кількість балів, здобутих здобувачем вищої освіти під час **семінарських** (практичних, лабораторних) занять з навчальної дисципліни, визначається за формулою:

$$\sum_{с} = (B_1 + B_2 + \dots + B_n) / n \times K, \text{ де:}$$

$\sum_{с}$ – загальна кількість балів;

B – кількість балів, отриманих на одному занятті;

n – кількість семінарських (практичних, лабораторних) занять, визначених робочою програмою;

K – коефіцієнт, який, як правило, дорівнює 7 (для денної форми здобуття освіти) або 6 (для заочної форми здобуття освіти).

Коефіцієнт K може бути іншим з урахуванням специфіки навчальної дисципліни.

За результатами семінарського (практичного, лабораторного) заняття здобувачеві вищої освіти до відповідного документа обліку успішності виставляється кількість балів від 0 до 5 числом, кратним 0,5, яку він отримав протягом заняття.

Критерії поточного оцінювання знань студентів наведені у п. 4.3.8. Положення про організацію освітнього процесу в Хмельницькому університеті управління та права.

Обсяг балів за самостійну роботу розподіляється пропорційно за виконання 8 письмових робіт (1 письмова робота по кожній темі). Залежно від їх обсягу та складності, студент може одержати не більше 4 балів. Загалом за виконання самостійної роботи студент денної форми навчання може одержати максимально 20 балів.

Перерозподіл балів, в межах максимально можливої кількості їх одержання за виконану самостійну роботу, наведено в табл. 1.

Таблиця 1. Розподіл балів для самостійної роботи

| Алгоритм нарахування балів | Номер теми | | | | | | | Усього балів |
|----------------------------|------------|----|----|----|----|----|----|--------------|
| | 1. | 2. | 3. | 4. | 5. | 6. | 7. | |

| | | | | | | | | |
|------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|----|
| Максимальна кількість балів за одну письмову роботу з відповідної теми | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| Усього балів | | | | | | | | 20 |

За семестровий контроль, що проводиться у формі екзамену студент може максимально одержати 40 балів. Шкала визначення кількості балів та критерії оцінювання знань студентів за результатами семестрового контролю, подана у табл. 4.6 підпункту 4.5.1 Положення про організацію освітнього процесу в Хмельницькому університеті управління та права (затвердженого 29 серпня 2025 року, протокол № 1).

Перерозподіл балів, в межах максимально можливого одержання їх кількості за надані студентами відповіді в усній та письмовій формі відповідно на питання, практичного завдання і тестові завдання екзаменаційного білета, наведено в табл. 2.

Таблиця 2. Розподіл балів для семестрового контролю

| № з/п | Алгоритм нарахування балів | Номер питань екзаменаційного білета / кількість балів | | | Разом балів |
|-------|---------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|------|------|-------------|
| | | 1 | 2 | 3 | |
| 1. | Максимальна кількість балів за відповідь на питання | 10 | | | |
| 2. | Максимальна кількість балів за відповідь на тестові завдання | | 20,0 | - | 20,0 |
| 3. | Максимальна кількість балів за виконання практичного завдання | | - | 10,0 | 10,0 |
| | <i>Усього балів</i> | 10,0 | 20,0 | 10,0 | 40,0 |

Семестрова оцінка із залікової навчальної дисципліни (за умови, що здобувачем за поточний контроль накопичено 36 і більше балів) обчислюється за формулою:

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

$\sum c$ – загальна кількість балів;

Бпк – кількість балів, отриманих за поточний контроль.

Здобувач освіти, який бажає отримати підсумковий бал вищий за розрахунковий (відповідно до зазначеної формули) із залікової навчальної дисципліни, має право скласти семестровий залік. У такому разі семестрова оцінка із залікової навчальної дисципліни обчислюється шляхом додавання накопичених здобувачем освіти балів з поточного та семестрового контролю.

У разі отримання здобувачем вищої освіти на заліку підсумкової оцінки, що є нижчою ніж розрахункова, йому виставляється розрахункова оцінка. Підсумовування балів за результатами вивчення навчальної дисципліни здійснюється після проведення семестрового контролю (складання семестрового екзамену).

Семестрова оцінка обчислюється шляхом додавання набраних здобувачем вищої освіти балів з поточного та семестрового контролю.

Можливість визнання

Здобувачу вищої освіти визнаються результати неформальної освіти за тематикою, пов'язаною з навчальною дисципліною, у порядку,

| | |
|-------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| результатів неформальної освіти | визначеному Положенням про порядок визнання результатів навчання у Хмельницькому університеті управління та права імені Леоніда Юзькова, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти (https://surl.li/fxneax) (за умов наявності сертифікату). Кількість зарахованих балів залежить від тематики онлайн курсу. Здобувачу вищої освіти можуть визнаватись результати участі у: конкурсі, науково-практичній конференції, тренінгу, турнірі, брейн-рингу тощо. Кількість зарахованих балів залежить від тривалості та тематики заходу. |
| Політика академічної доброчесності | Розділ «Академічна доброчесність» на сайті Університету http://univer.km.ua/page.php?pid=188 |
| Політика врегулювання конфліктів | Етичний кодекс Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова, затверджений рішенням вченої ради університету 27 травня 2020 року, протокол № 9, введений в дію наказом від 27.05.2020 р. № 201/20 (http://univer.km.ua/doc/Etichniy_kodeks.pdf) |
| Зворотній зв'язок | 1. Під час аудиторних занять, консультацій. 2. За допомогою анкетування після завершення вивчення навчальної дисципліни, регулярних анкетувань студентів, що проводяться в університеті. |

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ:

| | |
|----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| РОЗРОБНИК | професорка кафедри менеджменту, економіки, статистики та цифрових технологій, доктор економічних наук, професор Світлана КОВАЛЬЧУК |
| ГАРАНТ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ | професорка кафедри менеджменту, економіки, статистики та цифрових технологій, доктор економічних наук, професор Світлана КОВАЛЬЧУК |
| СХВАЛЕНО | рішення кафедри менеджменту, економіки, статистики та цифрових технологій 22 січня 2026 року, протокол № 7 |