



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ

Техніка презентацій і спічрайтинг з основами вебдизайну

Ступінь вищої освіти - Бакалавр

Спеціальність **075 Маркетинг**

Освітня програма «Маркетинг»

Рік навчання 1 , семестр 2

Форма навчання денна

Кількість кредитів ЄКТС 2

Мова викладання українська (українська, англійська, німецька)

Лектор курсу

Нелєпова Альона Володимирівна к.п.н., доцент кафедри
([портфоліо](#))

Контактна інформація
лектора (e-mail)

кафедра інформаційних систем і технологій,
корпус 15, к. 212, тел. 527-87-32
e-mail a.v.nelepova@nubip.edu.ua

Сторінка курсу в eLearn

<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=208>

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

(до 1000 друкованих знаків)

Техніка презентацій і спічрайтинг з основами вебдизайну є оволодіння студентами теоретичними і практичними знаннями щодо:

техніки створення професійних презентацій та технології розробки сучасного web-дизайну ресурсів мережі Інтернет, а саме: освоєння нових функцій та сучасних стилів дизайну; визначення структури слайдів і веб-сторінок; вивчення типів фігур, шрифтів, кольорів; створення композиції об'єктів та анімацій; використання відео, фотографій, карти та інфографіки; візуалізація даних та ін. Завдання курсу – розуміння сутності електронного бізнесу та е-комерції; вивчення видів та моделей е-бізнесу; усвідомлення сутності системи електронної комерції у корпоративному та у споживчому секторі; набути вміння оцінювати стан електронної торгівлі з метою створення стратегічних конкурентних переваг для організації.

Завдання дисципліни «Техніка презентацій і спічрайтинг з основами вебдизайну» є набуття студентами теоретичних знань, практичних вмінь та навичок щодо розробки дизайну, створення презентацій та ресурсів мережі Інтернет.

Навчальна дисципліна забезпечує формування ряду фахових компетентностей:

- Загальні компетентності:

ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного)

суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

- Спеціальні компетентності:

СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.

Програмні результати:

ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

ПРН 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

ПРН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

ПРН 20. Показати вміння щодо розробки маркетингової політики підприємства.

ПРН 21 Демонструвати здатність самостійного прийняття рішень, розробляти достатню кількість альтернативних варіантів, обирати оптимальні рішення та нести відповідальність за їх реалізацію.

ПРН 22. Демонструвати здатність до формування проектної команди, розподілу виконавців для забезпечення досягнення проектних цілей.

ПРН 23. Виконувати дослідження середовища міжнародного бізнесу, аналізувати ситуацію на світовому ринку товарів та послуг, визначати особливості та маркетингову програму виходу підприємства на зовнішні ринки.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції/лабораторні, практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
1 семестр				
Модуль 1				
Змістовий модуль 1. Техніка презентацій з основами веб-дизайну	15/15	Знати: принципи і правила створення презентацій, графічного та web-дизайну відповідно до маркетингових цілей; сучасні стилі ділових презентацій, web-дизайну; інтерфейс сучасних дизайн-конструкторів: PowerPoint, Canva, Figma; сучасних конструкторів web-дизайну: WIX, Weebly, uKit (uCoz) Godaddy, WORD PRESS; інтерфейс сучасних конструкторів обробки відео Canva, After Effects; типи фігур, об'єкти, графіки, форми, таймлайни, інфографіку, формати зображень; типографіку, кольористику та графіку	Виконати лабораторні у роботу, здати у відповідній ресурс електронного курсу	35

		<p>у web-дизайні; правила візуалізації даних;</p> <p>Вміти: створювати проектувати розділи на слайдах, графіки, схеми; впорядковувати і змінювати об'єкти, створювати композиції, робити пересікання фігур; використовувати карти, зображення, інфографіку, іконки; робити відеозаписи, їх монтаж, gif-анімації та «живі» фотографії; здійснювати візуалізацію даних;</p> <p>Розуміти стратегії розвитку бренду, вплив . Ринкові вимоги. Роль візуальних елементів</p> <p>Розрізняти Продуктовий дизайн (UX/UI), UX-портрети користувачів відповідно до бізнес моделей B2G, B2B, B2C, B2B2C</p>		
Змістовий модуль 2. Поняття спічрайтингу та його виникнення	15/15	<p>Знати: Спічрайтинг як напрямок PR-діяльності Види публічних виступів</p> <p>Вміти: робити аналіз: конкурентної розвідки; пошуку та ключових слів. SEO сайту. Програмні засоби.</p> <p>розв'язувати пошукові завдання відповідно до вказаних вимог аналізу конкурентів створювати та виконувати електронні платежі та системи у корпоративному та споживчому секторах економіки.</p> <p>Розуміти Спічрайтинг як напрямок PR-діяльності. Психологічні засади риторики</p> <p>Застосовувати програмні площадки для здійснення аналітики за заданими умовами</p> <p>Розрізняти Види публічних виступів електронних торговельних площадок</p>	Виконати лабораторні роботи, здати у відповідний ресурс електронного курсу	15
Всього за 1 семестр				70
Екзамен				30
Всього за курс				100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо дедлайнів та перескладання:	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
--	--

<i>Політика щодо академічної доброчесності:</i>	Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Курсові роботи, реферати повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу
<i>Політика щодо відвідування:</i>	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в он-лайн формі за погодженням із деканом факультету)

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ СТУДЕНТІВ

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання екзаменів заліків	
	екзаменів	заліків
90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	
60-73	задовільно	
0-59	незадовільно	не зараховано