



## Силабус навчальної дисципліни «Математичні методи дослідження операцій»

<b>Спеціальність</b>	Для спеціальностей ННІ фінансів, економіки, управління та права
<b>Освітня програма</b>	Для освітніх програм ННІ фінансів, економіки, управління та права
<b>Освітній рівень</b>	Перший (бакалаврський)
<b>Статус дисципліни</b>	Вибіркова
<b>Мова викладання</b>	Українська
<b>Курс / семестр</b>	4 курс, 7–8 семестр
<b>Кількість кредитів ЄКТС</b>	4
<b>Розподіл за видами занять та годинами навчання</b>	Лекції - 20 год.
	Практичні - 20 години
	Самостійна робота - 80 год.
<b>Форма підсумкового контролю</b>	Диференційований залік
<b>Кафедра</b>	Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу, 108А, <a href="https://nupp.edu.ua/page/kafedra-yekonomiki-pidpriemnitstva-ta-marketingu.html">https://nupp.edu.ua/page/kafedra-yekonomiki-pidpriemnitstva-ta-marketingu.html</a>
<b>Викладач</b>	Івасенко Олена Анатоліївна, к.е.н.
<b>Контактна інформація викладача</b>	<a href="mailto:hivassenko@fmail.com">hivassenko@fmail.com</a> , <a href="mailto:marfin.poltava@gmail.com">marfin.poltava@gmail.com</a>
<b>Дні занять</b>	За розкладом, відповідно до графіку навчального процесу
<b>Консультації</b>	Аудиторія 107А відповідно до графіку
<b>Мета навчальної дисципліни</b> – формування у студентів знань та практичних навичок щодо планування, запуску та управління маркетинговими кампаніями на основі контенту, створеного користувачами (UGC); розвиток здатності етично, легально та ефективно залучати аудиторію до співтворення бренду, будувати спільноти та посилювати довіру – зокрема в умовах воєнного часу та цифрової нестабільності.	
<b>Програмні результати навчання</b> <p>Знати: сутність UGC-маркетингу як стратегії залучення аудиторії до створення контенту; типи UGC (відгуки, огляди, сторіс, челенджі, мімези); правові аспекти використання стороннього контенту (авторське право, згода на публікацію); принципи модераторії, етики та медіаграмотності; роль UGC у побудові довіри, спільнот і бренд-лояльності – зокрема в умовах воєнного часу.</p> <p>Вміти: розробляти стратегії залучення користувачів до створення контенту; запускати та керувати кампаніями на основі UGC (хештеги, конкурси, челенджі); аналізувати якість, тональність та ефективність UGC; отримувати легальні права на використання контенту; модерувати спільноту та реагувати на негатив.</p> <p>Володіти: навичками стратегічного мислення, ефективною цифровою комунікацією, критичного аналізу інформації, командної взаємодії та етичної відповідальності.</p>	
<b>Передумови для навчання</b> Передумовою вивчення навчальної дисципліни є знання, отримані в закладах середньої освіти.	
<b>Зміст навчальної дисципліни</b> Змістовий модуль 1. Теоретичні засади UGC-маркетингу Тема 1. Сутність та роль UGC у сучасному маркетингу. Тема 2. Типи UGC: від відгуків до мімезів та челенджів.	



Тема 3. Правові аспекти: авторське право, ліцензування, згода на публікацію.  
Тема 4. Етика, медіаграмотність та відповідальне використання UGC  
Змістовий модуль 2. Практика UGC-кампаній  
Тема 5. Стратегії залучення аудиторії до створення контенту.  
Тема 6. Запуск UGC-кампаній: хештеги, конкурси, челенджі.  
Тема 7. Аналіз UGC: тональність, якість, ефективність.  
Тема 8. Модерація спільнот: управління негативом та підтримка діалогу.  
Тема 9. UGC у воєнний час: спільноти підтримки, патріотичний контент, інформаційна стійкість.  
Тема 10. Кейси успішного UGC-маркетингу: глобальний досвід та українські приклади

**Сторінка курсу на платформі Moodle**

<https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=7620>

#### **Система оцінювання результатів навчання:**

За результатами поточного контролю протягом семестру здобувач вищої освіти може отримати максимально 70 балів, за результатами підсумкового контролю 30 балів. Здобувач вищої освіти, який повністю виконав програму навчальної дисципліни і отримав достатню рейтингову оцінку (не менше 35 балів), допускається до підсумкового контролю з дисципліни.

Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в робочій навчальній програмі.

#### **Накопичування балів з навчальної дисципліни**

<b>Види навчальної роботи</b>	<b>Макс кількість балів</b>
Виконання завдань на практичних заняттях	<b>70</b>
Диференційований залік	<b>30</b>
<b>Максимальна кількість балів</b>	<b>100</b>

#### **Відповідність шкали оцінювання ЄКТС національній системі оцінювання та шкалі оцінювання Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»**

<b>Сума балів за всі види навчальної діяльності</b>	<b>Оцінка ЄКТС</b>	<b>Оцінка за національною шкалою</b>
90 – 100	A	відмінно
82 – 89	B	добре
74 – 81	C	
64 – 73	D	задовільно
60 – 63	E	
35 – 59	FX	
1 – 34	F	незадовільно

#### **Політика навчальної дисципліни**

Вивчення навчальної дисципліни потребує роботи з інформаційними джерелами, підготовки до лекцій і практичних занять, виконання усіх завдань згідно з навчальним планом.

Підготовка до практичних занять передбачає: ознайомлення з питаннями, які виносяться на заняття з відповідної теми; вивчення лекційного матеріалу. Рішення практичних завдань повинно демонструвати ознаки самостійності виконання здобувачем такої роботи, відсутність ознак повторюваності та плагіату.

Присутність здобувачів вищої освіти на практичних і лекційних заняттях є обов'язковою. Пропущене заняття має бути відпрацьоване. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися до учасників процесу навчання, дотримуватися дисципліни й часових (строкових) параметрів навчального процесу.

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів



навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі  
навчальної дисципліни <https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=7620>

---

Силабус затверджено на засіданні кафедри  
економіки, підприємництва та маркетингу  
Протокол від «20» січня 2026 року № 1