

# СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАЙСТЕР-КЛАС УСПІШНИХ ПРЕЗЕНТАЦІЙ», soft-skills



|                            |                         |
|----------------------------|-------------------------|
| Ступінь освіти             | Бакалавр                |
| Освітня програма           | усі                     |
| Тривалість викладання      | V семестр (9,10 чверті) |
| Заняття:                   |                         |
| Лекції                     | -                       |
| Практичні/лабораторні/тощо | 4 години на тиждень     |
| Мова викладання            | українська              |

**Кафедра, що викладає:** Маркетингу

**Сторінка курсу в ДО НТУ «ДП»:** <https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=2687>

**Консультації:** за окремим розкладом, погодженим зі здобувачами вищої освіти  
**Онлайн-консультації:** Microsoft Teams – команда «Майстер-клас успішних презентацій»

**Інформація про викладача:**



**Касян Сергій Якович**

Професор кафедри маркетингу,  
кандидат економічних наук, доцент

**Персональна сторінка**

<https://mk.nmu.org.ua/ua/kaff/kasian.php>

**E-mail:** Kasian.S.Ya@nmu.one

## 1 АНОТАЦІЯ ДО КУРСУ

*Майстер-клас успішних презентацій* – висвітлює маркетингові прийоми емоціоналізації успішних презентацій, технології вірусного маркетингу під час успішних презентацій, презентації як потужний інструмент, який продає продукти, ідеї, знання і досвід. У курсі вивчаються комунікаційні хмарні сервіси для створення успішних презентацій; вебінари, у рамках яких створюються якісні та динамічні презентації; низка сервісів для швидкого створення яскравих WOW-презентацій. Здобувачі вищої освіти отримають уявлення про креативні прийоми, концепцію брендингу, конкурси, іміджеві, промо- ролики, програми лояльності в успішних маркетингових презентаціях.

Цей курс побудовано на засадах *Студентоцентрованого підходу (Student-Centered Approach)*, який розглядає здобувача вищої освіти як суб'єкта з власними унікальними інтересами, потребами і досвідом, спроможного бути самостійним і відповідальним учасником освітнього процесу.

## **2 МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**Метою** викладання навчальної дисципліни «Майстер-клас успішних презентацій» є формування системи знань і практичних навиків щодо створення особливого «емоційно привабливого» середовища маркетингової презентації, застосування комунікаційних хмарних сервісів, правил ефективних маркетингових презентацій.

### **Завдання курсу:**

- *ознайомити* здобувачів вищої освіти із маркетинговими прийомами емоціоналізації успішних презентацій, підходами до зацікавлення, інформування аудиторії;
- *навчити* здобувачів вищої освіти використовувати технології вірусного маркетингу під час успішних презентацій, комунікаційні хмарні сервіси для створення успішних презентацій;
- *ознайомити* здобувачів з підходами до визначення характеристик та вимог аудиторії, структуризації контенту майбутньої презентації, формування дизайну, кольорів, візуальних ефектів і власного стилю презентації;
- *сформувати навички* щодо застосування креативності як складової розвитку маркетингових презентацій і ефективного просування товару;
- *сформувати навички* з побудови презентацій під час просування високотехнологічних стартап-проектів, окреслення тімбілдингу, тайм-менеджменту презентації; створення рисунків, анімацій, тексту, таблиць у презентаціях;
- *навчити* здобувачів вищої освіти використовувати брендинг під час презентацій, візуалізацію фірмового стилю, фірмового знаку, конкурси, іміджеві, промо- ролики, програми лояльності в успішних маркетингових презентаціях.

## **3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ:**

- *вміти* створювати особливе «емоційно привабливе» середовище маркетингової презентації, застосовувати підходи до зацікавлення, інформування аудиторії;
- *знати* специфіку поширення інформації під час презентацій в мережі за рахунок «вибухового» інтересу, основні техніки роботи з програмами, автоматизацію створення презентацій;
- *вміти* застосовувати сервіси, за допомогою яких створюється презентація та правила ефективних маркетингових презентацій;
- *знати* креативні способи залучення клієнтів під час маркетингових презентацій, принципи сторітелінгу в презентації;

- *вміти* застосовувати правила оформлення таблиць, способи створення та приклади використання, ефекти анімації у презентації, презентувати бренди з сильною, креативною візуалізацією;
- *демонструвати навички* із креативної презентації замовлення товару в онлайн-магазині; презентації конкурсів, пов'язаних з вибраною тематикою; використання іміджевих роликів, фірмових сувенірів та фірмових ігор.

## **4. СТРУКТУРА КУРСУ**

### ***ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ***

#### **Тема 1. Презентація як окремий вид маркетингової діяльності**

Створення особливого «емоційно привабливого» середовища маркетингової презентації. Сучасні погляди на принципи презентацій. Типи презентацій. Оцінка ресурсів на створення презентацій. Правила проведення усної презентації. Правила створення тексту виступу. Маркетингові прийоми емоціоналізації успішних презентацій: «шоу в подарунок» (excusumption), «не можна проминути», перформансу, використання витворів мистецтва, «снобізації» (snobmoddities), «ексклюзивності для всіх» (massclusivity), «улюбленого героя», «хвилюючої події», «гейміфікації», «мисливця» (Dealer-chic), «небездоганності» (Flawsome). Підходи до зацікавлення, інформування аудиторії. Залучення слухачів до взаємодії, дискусій або запитань.

#### **Тема 2. Технології вірусного маркетингу під час успішних презентацій**

Поширення інформації під час презентацій у мережі за рахунок «вибухового» інтересу. Назва презентації у всіх на устах. Вірусний потенціал ролику. Застосування вірусного Інтернету-маркетингу під час презентацій: Pass-along (передавати), Incentivised viral (спонукати), Undercover (скритний, таємний), Buzz («чутки»). Переваги для маркетингових презентацій вірусного маркетингу.

#### **Тема 3. Комунікаційні хмарні сервіси для створення успішних презентацій**

Хмарний сервіс для створення інтерактивних презентацій в режимі онлайн Prezi. Презентація, що створюються в хмарному сервісі Google Docs.

Haiku Deck, як ресурс для швидкого створення барвистих презентацій. Сервіс Apple Keynote.

SlideRocket як багатофункціональна онлайн-платформа для створення «багатих» і динамічних презентацій.

Сервіс для створення презентацій SlideDog. Сервіс Slides.

Основні техніки роботи з програмами, автоматизація створення презентацій.

#### **Тема 4. Правила ефективних маркетингових презентацій**

Типи та характеристика аудиторії, її вимоги. Ідея та ціль як основа будь-якої презентації. Роль цілей та цінностей при створенні історії. Розробка системи

представлення основної ідеї. Створення цілей по відношенню до аудиторії. Структуризація контенту майбутньої презентації. Три головні правила золотого промовця від Саймона Сінека «Що, чому та як?». Створення сторіборду. Сервіси, за допомогою якого створюється презентація: Prezi, Keynote та Google Slides, PowToon, Moovly, Vyond, Plotagon (відео-презентації). Дизайн, кольорові ефекти презентації: Adobe Color CC, Color lovers. Генератори кольорів, сайти [Behance](#), [Pinterest](#). Формування візуальних ефектів і власного стилю презентації, реквізити. Погляди Гай Кавасакі щодо створення презентації: правило «10/20/30».

### **Тема 5. Креативні прийоми успішних маркетингових презентацій**

Креативність як складова розвитку маркетингових презентацій і ефективного просування товару. Творчий підхід і пошук особливого способу просування. Кейс компанії «Steinway and Sons». Кейс компанії «Unilever» і мережі супермаркетів «Tesko». Креативні способи залучення клієнтів під час маркетингових презентацій. Сторітеллінг, як метод успішних презентацій. Принципи сторітеллінгу в презентації. Конфлікт в історії, конфлікт в презентації. Побудова презентацій під час просування високотехнологічних стартап-проектів. Тімбілдинг, тайм-менеджмент презентації.

### **Тема 6. Графічний супровід і концепція брендингу в успішних маркетингових презентаціях**

Елементи презентації: рисунки, анімація, текст, таблиці. Принципи створення та оформлення діаграм. Правила оформлення таблиць, способи створення та приклади використання. Графічні об'єкти та анімація у презентації. Доповнення візуального образу компанії певними просторовими графічними образами. Фокус на результатах. Чисельні показники, інфографіка. Інтерактивність у презентації. Брендинг як управлінське рішення під час презентацій. Бренди з сильною, креативною візуалізацією. Бренди, що забезпечують ефективне підвищення споживчої лояльності. Позиціонування бренду. Розробка назви бренду, або неймінг. Розробка фірмового стилю компанії. Розробка брендбуку компанії. Брендбук як елемент айдентики бренду. Атрибутика: візитки, конверти, бланки, упаковка. Візуалізація фірмового стилю. Фірмовий знак і його значення в презентаціях.

### **Тема 7. Конкурси, іміджеві, промо- ролики, програми лояльності в успішних маркетингових презентаціях**

Креативна презентація замовлення товару в онлайн-магазині. Презентація конкурсів, пов'язаних з вибраною тематикою. Використання іміджевих роликів, фірмових сувенірів та фірмових ігор. Проморолики. Програма лояльності, що супроводжує маркетингові презентації. Заклик для аудиторії. Заклик до дії в залежності від мети та завдань презентації.

**Інформація для студентів заочної форми навчання.** На сайті університету знаходиться графік навчального процесу. Протягом року передбачено заняття з викладачем у кількості 10 год практичних занять.

Решту практичних завдань студент опановує самостійно. Виконані завдання практичних занять здаються за 2 тижні до сесії згідно графіку навчального процесу. Умови завдань знаходяться на сторінці курсу на платформі Moodle. Виконання комплексної контрольної роботи для студентів заочної форми навчання є обов'язковим. Підсумкова оцінка за дисципліну дорівнює середньому суми оцінок за контрольну роботу, аудиторні заняття та комплексну контрольну роботу.

## **5 ТЕХНІЧНЕ ОБЛАДНАННЯ ТА/АБО ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ**

На навчальних заняттях здобувачі повинні мати: гаджети з можливістю підключення до Інтернету; перевірений доступ з ПК чи мобільного гаджету до застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; Zoom; інстальований на ПК та/або мобільних гаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point). Активованій акаунт університетської пошти (student.i.p.@nmu.one) на Ofic365; доступ до безкоштовної платформи Canva, мобільних додатків Instagram, Facebook, Telegram. Використання Mentimeter (<https://www.mentimeter.com/>). Інстальована на гаджетах програма Kahoot! (<https://kahoot.it/>).

## **6. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ТА ВИМОГИ**

6.1. Навчальні досягнення здобувачів вищої освіти за результатами вивчення курсу оцінюватимуться за шкалою, що наведена нижче:

| Рейтингова шкала | Інституційна шкала |
|------------------|--------------------|
| 90 – 100         | відмінно           |
| 75-89            | добре              |
| 60-74            | задовільно         |
| 0-59             | незадовільно       |

6.2. Здобувачі вищої освіти можуть отримати підсумкову оцінку з навчальної дисципліни на підставі поточного оцінювання знань за умови, якщо набрана кількість балів з поточного тестування та самостійної роботи складатиме не менше 60 балів.

Поточна успішність складається з успішності за дві контрольні роботи (кожна максимально оцінюється у 22 бали), оцінок за роботу на практичних заняттях (оцінюється 7 завдань, участь у занятті максимально може принести здобувачу вищої освіти 8 балів). Отримані бали за контрольну роботу та практичні заняття додаються і є підсумковою оцінкою за вивчення навчальної дисципліни. Максимально за поточною успішністю здобувач вищої освіти може набрати 100 балів.

|                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Підсумкове оцінювання (якщо здобувач вищої освіти набрав менше 60 балів та/або прагне поліпшити оцінку)</b> | Диференційований залік відбувається у письмовій формі, екзаменаційні білети складаються з 20 тестових запитань, одна презентація, одне кейсове завдання.<br>Кожний тест має один правильний варіант відповіді. Правильна відповідь на запитання тесту оцінюється у 3 бали.<br>Правильна підготовка презентації оцінюється у 20 балів.<br>Повна відповідь на кейсове завдання оцінюється у 20 балів.<br>Максимальна кількість балів за диференційований залік: 100 |
| <b>Практичні заняття</b>                                                                                       | Кожен здобувач/ка повинен/на підготувати по 7 презентацій щодо тем практичних занять, які необхідно захистити на практичних заняттях. Кожна презентація оцінюється по 8 балів. Максимально оцінюється в 56 балів (7 презентацій × 8 балів). Ділові ігри, групові завдання та презентації (пітчінг проєктів), де відпрацьовуються навички індивідуальної та командної роботи. Розгляд та обговорення кейсів (відеокейсів).                                         |
| <b>Контрольні роботи</b>                                                                                       | Охоплюють матеріали практичного курсу. Містять тести та відкриті запитання. Максимально оцінюються у 44 бали (2 контрольні роботи × 22 бали/контрольна робота).                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

### 6.3. Критерії оцінювання елементів поточного та підсумкового контролю.

6.3.1. Кожна правильна відповідь на тести поточної практичної контрольної роботи оцінюється у 1 бал, відповідь на відкрите питання 2 бали. Максимально можна отримати 22 бали за контрольну роботу: 20 тестів × 1 бал – 20 балів, 1 відкрите питання – 2 бали. Оцінка з опанування практичного матеріалу визначається наступним чином – загальна за дві контрольні роботи, максимальна 44 бали.

#### 6.3.2. Критерії оцінювання завдань.

Виконання кожного практичного (самостійного) завдання та усний захист звіту про його виконання оцінюється максимум у 8 балів (повнота виконання, презентація результатів завдання, участь у дискусії тощо). Максимально за виконання практичних завдань можна отримати 56 балів (7 завдань × 8 балів):

**8 балів:** якісна презентація з використанням мультимедійних та інтерактивних засобів; повна й аргументована письмова робота; ініціативна та змістовна участь у дискусії (виступи, коментарі, запитання, активне слухання); глибоке володіння навчальним матеріалом; самостійний аналіз проблеми; наведення переконливих аргументів із коректними посиланнями на наукові та професійні джерела.

**7 балів:** презентація з використанням мультимедійних засобів; наявність письмового звіту; активна та змістовна участь у дискусії (виступи, коментарі, активне слухання); упевнене володіння навчальним матеріалом; аргументовані відповіді з посиланням на джерела, без елементів поглибленого самостійного аналізу.

**6 балів:** презентація з використанням мультимедійних засобів, активна

участь у дискусії (виступи, коментарі, активне слухання), наявність письмового звіту, володіння навчальним матеріалом, наведення аргументованих відповідей із посиланням на джерела.

**5 балів:** презентація з використання мультимедійних засобів, наявність письмового звіту, активна участь у дискусії (виступи, коментарі, активне слухання), володіння навчальним матеріалом, наведення аргументованих відповідей із посиланням на джерела.

**4 бали:** усна презентація, наявність письмового звіту, активна участь у дискусії (виступи, коментарі, активне слухання), володіння навчальним матеріалом з незначними помилками за сутністю обговорюваних питань.

**3 бали:** усна презентація, наявність письмового звіту, активна участь у дискусії (виступи, коментарі, активне слухання) без достатнього володіння навчальним матеріалом, що має відношення до теми обговорення.

**2 бали:** наявність письмового звіту, залученість до дискусії викладачем, неухваленість, відсутність достатніх знань про предмет обговорення.

**1 бал:** наявність письмового звіту, небажання брати участь у дискусії, відсутність достатніх знань про предмет обговорення. Оцінка за виконання практичних завдань визначається з огляду на суму балів за кожне з них у такий спосіб:

#### **6.4. Процедура проведення контрольних заходів.**

Контрольні заходи з дисципліни будуть здійснені згідно з графіком навчального процесу, який можна знайти на сайті університету. Процедуру виконання завдань поточного контролю викладач оголошує на першому занятті або заздалегідь. За результатами поточного контролю студент може отримати найвищу оцінку у 100 балів, з'явитися на заняття, коли проводиться комплексна контрольна робота та отримати оцінку. Якщо оцінка поточного контролю не влаштовує, то студент може виконати комплексну контрольну роботу і також отримати максимально 100 балів.

Присутність на контрольних заходах сторонніх осіб без дозволу ректора, проректора або декана факультету не допускається. Під час комплексної контрольної роботи користуватися допоміжними засобами заборонено. Комплексна контрольна робота проходить за розкладом.

Детально процедуру проведення контрольних заходів можна знайти у Положенні про організацію освітнього процесу, Положенні про оцінювання результатів навчання

[https://www.nmu.org.ua/ua/content/activity/us\\_documents/education\\_scientific\\_documents.php](https://www.nmu.org.ua/ua/content/activity/us_documents/education_scientific_documents.php).

### **7. ПОЛІТИКА КУРСУ**

#### **7.1. Політика щодо академічної доброчесності**

Академічна доброчесність здобувачів вищої освіти є важливою умовою для опанування результатами навчання за дисципліною і отримання задовільної оцінки з поточного та підсумкового контролів. Академічна доброчесність



базується на засудженні практик списування (виконання письмових робіт із залученням зовнішніх джерел інформації, крім дозволених для використання), плагіату (відтворення опублікованих текстів інших авторів без зазначення авторства), фабрикації (вигадування даних чи фактів, що використовуються в освітньому процесі). Політика щодо академічної доброчесності регламентується «Положенням про систему запобігання та виявлення плагіату у Національному технічному університеті «Дніпровська політехніка»», та Кодексу академічної доброчесності Національного технічного університету «Дніпровська політехніка» <https://surl.li/nleywg>.

У разі порушення здобувачем вищої освіти академічної доброчесності (списування, плагіат, фабрикація), робота оцінюється незадовільно та має бути виконана повторно. При цьому викладач залишає за собою право змінити тему завдання.

## **7.2. Комунікаційна політика**

Здобувачі вищої освіти повинні мати активовану університетську пошту.

Обов'язком здобувача вищої освіти є перевірка один раз на тиждень (щотижня) поштової скриньки на Office365 та відвідування команди дисципліни у Microsoft Teams, платформи дистанційного навчання Moodle.

Усі письмові запитання до викладачів стосовно курсу мають надсилатися на університетську електронну пошту, групу MS Teams, або дистанційну платформу Moodle.

## **7.3. Політика щодо перескладання**

Повторне складання підсумкового контролю з дисципліни, коли студент отримав оцінку «незадовільно» (нижче 60-ти балів), допускається не більше двох разів. Спроби студента виправити оцінку й не допустити академічної заборгованості обмежуються терміном в один місяць після закінчення екзаменаційної сесії. Прийом першої перездачі здійснюється викладачем, який викладав матеріал навчальної дисципліни.

Прийом другої – комісією у складі трьох осіб: викладача, який викладав дисципліну; завідувача кафедри; представника деканату або викладача кафедри. Рішення комісії є остаточним.

У разі підтвердження комісією оцінки «незадовільно» або неявки студента на засідання комісії без поважних причин, комісія сповіщає про це декана факультету (директора інституту) для підготовки наказу ректора про відрахування студента за академічну неуспішність або визначення умов повторного вивчення цієї дисципліни.

Студенти заочної форми навчання повинні ліквідувати академічну заборгованість до початку наступної сесії.

## **7.4. Відвідування занять**



З 24.02.2022 реалізація освітньої діяльності відбувається в умовах правового режиму воєнного стану. Наявна низка небезпек: повітряні тривоги, ризики припинення енергозабезпечення, мобільного та Інтернет-зв'язку. Згідно з наказами по університету у 2025-2026 навчальному році освітня діяльність здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти всіх форм навчання здійснюється з використанням дистанційних технологій через синхронні та асинхронні комунікації.

Відвідування онлайн лекцій та практичних занять реалізується через приєднання до «команди» Microsoft Teams. Під час повітряної тривоги заняття перериваються і продовжуються лише за умов перебування учасників освітнього процесу у захищених приміщеннях. Викладачем (за технічної та безпекової можливості) здійснюється запис заняття для підтримки асинхронного формату навчання.

У випадках відсутності енергозабезпечення, мобільного та Інтернет-зв'язку викладачем забезпечується асинхронний формат навчання та комунікація зі здобувачами за допомогою каналів зв'язку, що функціонують.

Про причини неможливості взяти участь в онлайн заняттях, ускладненні доступу до матеріалів на дистанційних платформах НТУ «ДП» тощо здобувач вищої освіти має повідомити викладача в особистих повідомленнях чатів Microsoft Teams, або листом на корпоративну е-пошту НТУ «ДП», або через старосту чи представника адміністрації факультету.

### **7.5 Політика щодо оскарження оцінювання**

Якщо здобувач вищої освіти не згоден з оцінюванням його знань він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку.

### **7.6. Бонуси**

Здобувачі вищої освіти, які регулярно відвідували лекції (мають не більше двох пропусків без поважних причин) та приймають участь у конференціях, конкурсах тощо отримують додатково 2 бали до результатів оцінювання до підсумкової оцінки.

### **7.7. Участь в анкетуванні**

Наприкінці вивчення курсу та перед початком сесії здобувачу вищої освіти буде запропоновано анонімно заповнити електронні анкети, що розміщено на сайті кафедри маркетингу: <https://forms.office.com/e/cf7JRhRTbi> та у Microsoft Forms Office 365, які буде розіслано на ваші університетські поштові скриньки. Заповнення анкет є важливою складовою вашої навчальної активності, що дозволить оцінити дієвість застосованих методів викладання та врахувати ваші пропозиції стосовно покращення змісту навчальної дисципліни «Майстер-клас успішних презентацій».

## **8. Методи навчання**

На практичних заняттях застосовуються наступні методи: кейс-метод, методи аналізу, синтезу, порівняння, ситуаційні завдання, інтерактивні методи, підготовка презентацій з використанням сучасних програмних засобів. На заняттях відбуваються дискусії, перегляд й обговорення відеоматеріалів з урахуванням можливості саморозкриття студентами своїх цілей, переваг і здібностей. Використовуються методи мозкового штурму, дискусії.

## 8 РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

### Базові

1. Kasian J. Serhii, Grąbczewska Katarzyna. Zarys komunikacji marketingowej w przedsiębiorstwach działających na obszarze lokalnym / The Outline of Marketing Communication in Local Enterprises. *Kwartalnik „Pieniądze i Wiedza”*. Spółdzielczy Instytut Naukowy. Rada Programowa: dr hab. Piotr Zakrzewski, przewodniczący. Sopot, Polska UE, Spring 2021. nr 1(90). S. 23–32. Kwartalnik jest indeksowany w the Central European Journal of Social Sciences and Humanities. Liczba punktów do oceny parametrycznej jednostek naukowych – 5. ISSN 1506-7513
2. Kasian Serhii Ya., Dziuba Radoslaw, Makukha Yu. M. Internet marketing support for product promotion in the digital information space. *Економічний вісник ДВНЗ УДХТУ*, 2021, №1(13). [Digital source]. Access: <http://ek-visnik.dp.ua/wp-content/uploads/pdf/2021-1/Kasian.pdf>
3. Kasian Serhii, Artyukhova Nadiia, Hordiienko Vita, Motrechko Vira. Knowledge marketing: M4I-mix model of evaluation. *E3S Web of Conferences* 307, 03002 (2021) DSDM – 2021. *E3S Web of Conferences Volume 307 (2021) International Interdisciplinary Scientific Conference “Digitalisation and Sustainability for Development Management: Economic, Social, and Ecological Aspects”* 2021 London, UK, September 11-12, 2021. A. Kwilinski (Ed.) Published online: 22 September 2021. Open access: [https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/pdf/2021/83/e3sconf\\_dsdm2021\\_03002.pdf](https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/pdf/2021/83/e3sconf_dsdm2021_03002.pdf), <https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/abs/2021/83/contents/contents.html?fbclid=IwAR2vksl-0srDwZV6O1ThKtjeAsHp2spVvLy1Vl5yW-0sTRvM3WOzGwbJ6SY> DOI: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202130703002>. Indexed Web of Science
4. Kasian Serhii, Shapoval Daniil, Makarova Yelyzaveta, Riabyk Hanna. The eDnipro company’s integration marketing communications complex aimed at ensuring sustainable development and ecological sustainability. *Економічний вісник Державного вищого навчального закладу «Український державний хіміко-технологічний університет»*. 2024. №2. С. 70-78. URL: <http://ek-visnik.dp.ua/uk/arkhiv2024-2/> <http://ek-visnik.dp.ua/wp-content/uploads/pdf/2024-2/Kasian.pdf> <http://dx.doi.org/10.32434/2415-3974-2024-20-2-70-78> ISSN 2415-3974.
5. Гусаченко Катерина, Данилюк Даяна. Як підготувати ефективну пітч-презентацію: інструкція та рекомендації. URL: <https://www.promodo.ua/blog/yak-pidgotuvati-efektivnu-pitch-prezentaciyu-instrukciya-ta-rekomendaciyi>
6. Дзвенислава Новаківська для «Вище», курс «Ефективні презентації», URL: <https://www.youtube.com/watch?v=N8JXuQUNK2k>  
<https://www.youtube.com/watch?v=enVpewIy7fc>
7. Касян С. Я., Шаповал Д. Є., Михайлишин Р. В. Маркетингові комунікації, сталий розвиток під час просування побутової техніки в Інтернет-магазинах в умовах війни. *Економічний вісник Дніпровської політехніки*. 2023. №2(82). С. 111-118. URL: [https://ev.nmu.org.ua/index.php/uk/archive?arh\\_article=1510](https://ev.nmu.org.ua/index.php/uk/archive?arh_article=1510),  
[https://ev.nmu.org.ua/docs/2023/2/EV20232\\_111-118.pdf](https://ev.nmu.org.ua/docs/2023/2/EV20232_111-118.pdf), DOI:  
<https://doi.org/10.33271/ebdut/82.111>
8. Поради для успішної презентації онлайн. Харківський центр професійної освіти державної служби зайнятості. URL:

<https://m.facebook.com/osvita.khcz.gov.ua/photos/a.1673064622929796/2701555996747315/?type=3&source=57>

9. Стаценко Ярослав. Як зробити гарну презентацію: повний посібник з порадами та прикладами. URL: <https://wem.ua/yak-zrobyty-garnu-prezentacziyu-povnyj-posibnyk-z-poradamy-ta-prykladamy/>

10. Топ 10 кроків до створення успішних презентацій [#УНІВЕРСИТЕТ](#) URL: <https://www.youtube.com/watch?v=dYBhgu9rT18>

### **Методичні**

1. Касян С.Я. Пул кейсів з дисципліни «Майстер-клас успішних презентацій» для здобувачів 3 курсу першого (бакалаврського) рівня вищої освіти усіх ОПП університету [Електронний ресурс]. Дніпро : НТУ «Дніпровська політехніка», 2025. 68 с.

2. Касян С.Я. Методичні вказівки щодо виконання самостійних робіт з дисципліни «Майстер-клас успішних презентацій» для студентів денної форми навчання для здобувачів 3 курсу першого (бакалаврського) рівня вищої освіти усіх ОПП університету. [Електронний ресурс]. Дніпро: НТУ «Дніпровська політехніка», 2025. 28 с.

3. Методичні вказівки для виконання групового проекту із дисципліни «Майстер-клас успішних презентацій» для здобувачів 3 курсу першого (бакалаврського) рівня вищої освіти усіх ОПП університету [Електронний ресурс] : НТУ «Дніпровська політехніка» ; уклад.: С. Я. Касян. Електронні текстові дані (1 файл: 1,06 Мбайт). Дніпро : НТУ Дніпровська політехніка», 2025. 24 с.

### **Додаткові**

1. *Digital Marketing: Textbook* / O. Chupryna, I. Arakelova, V. Tokareva, O. Zelenko, S. Kasian, S. Lytvynenko, Y. Popova, L. Horbach. Kasian S.: Chapter 2. Digital Marketing Processes, Strategies and Models; Chapter 9. Sustainability and Digital Marketing. Ukraine, Kyiv : Publishing House “Condor”, 2025. P. 26–45, 165–184 (304 p.). ISBN 978-617-8471-85-9.

2. Dziuba Radosław, Kasian Serhii, Shebanov Oleksii, Gusak Natalia. Creative technologies and tools of international media communications as components of effective media support for innovative projects / Креативні технології та інструменти міжнародних медіакомунікацій як компоненти ефективної медіапідтримки інноваційних проектів. Ukraine, Lviv, *Bulletin of Lviv University: Series Economics*. 2025. Issue 68. P. 147-157. DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/ves.2025.68.0.6804>. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/economics/article/view/13633>, <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/economics/article/view/13633/14104> ISSN 2078-6115

3. Kasian Serhii. Eurointegration, marketing communication and virtual logistic in Ukrainian and Polish enterprises / Integracja europejska, komunikacja marketingowa i logistyka wirtualna w ukraińskich i polskich przedsiębiorstwach. *Przegląd Europejski / European Review. Poland. University of Warsaw. Faculty of Political Science & International Studies*. Warsaw: Issue: 2022 (1). P. 51-58. Published: 2022-05-05. Access: <https://przegladeuropejski.com.pl/resources/html/articlesList?issueId=14611>, <https://przegladeuropejski.com.pl/resources/html/article/details?id=229475>

4. 9 секретів успішної презентації у стилі TED. URL: <https://osvitanova.com.ua/posts/6499-9-sekretiv-uspishnoi-prezentatsii-u-styli-ted>

5. Оптимальний план створення презентації. URL: <https://pitchavatar.com/uk/optimal-presentation-creation-plan/>

6. Стахів Марія. Мистецтво у слайдах. Як створювати ефектні й ефективні презентації. URL: <https://ed-era.com/blog/iak-stvoryuvaty-efektni-j-efektyvni-prezentacziyi/>

### *Інформаційні ресурси в мережі Інтернет*

1. Google Presentations URL: <http://docs.google.com>
2. Prezi.com URL: <http://prezi.com>
3. Zoho Show URL: <http://show.zoho.com>
4. SlideRocket URL: <http://www.sliderocket.com>
5. Spresent URL: <http://www.spresent.com>
6. Маркетинг і менеджмент інновацій. Журнал: URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>
7. Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського: URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
8. Українська асоціація маркетингу, журнал «Маркетинг в Україні». URL: <http://uam.in.ua/>