

## Назва курсу

Цифрові технології та інструменти в маркетингу

## Інформація про курс

### Рівень вищої освіти:

ОП «Маркетинг» (перший (бакалаврський) рівень освіти)

### Спеціальність:

D5 Маркетинг

### Назва освітньої програми:

ОП «Маркетинг»

### Опис курсу:

Дисципліна «**Цифрові технології та інструменти в маркетингу**» спрямована на формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок використання сучасних цифрових технологій для просування товарів і послуг, аналізу ринку та взаємодії з клієнтами. Курс охоплює основи цифрового маркетингу, аналітичні інструменти, автоматизацію маркетингових процесів, соціальні мережі, контент-маркетинг, SEO, SMM та електронну рекламу.

Вивчення дисципліни дозволяє студентам навчитися ефективно застосовувати цифрові маркетингові інструменти для розробки та реалізації маркетингових стратегій, оцінювати їх ефективність за ключовими показниками та адаптувати до сучасних умов цифрової економіки. Курс забезпечує підготовку фахівців, здатних працювати в умовах швидkozмінного ринку та впроваджувати інноваційні технології у маркетингову діяльність.

**Передумови вивчення (попередні вимоги):**

ОК6 «Цифрові технології навчання та професійної діяльності»  
ОК13 «Маркетинг. Вступ до спеціальності»  
ОК22 «Маркетинг»  
ОК23 «Електронна комерція»

**Обсяг кредитів/годин:**

3 кредити ЄКТС/ 90 год., у т. ч. лекцій –16, семінарських – практичних–16, самостійної роботи – 58

**Ознаки дисципліни**

Термін викладання	Семестр	Міжнародна дисциплінарна інтеграція	Курс рік (навчання)	Цикли: загальної підготовки/ професійної підготовки/ вільного вибору
1 семестр	6 семестр	так	3 курс	Цикл професійної підготовки

**Формат навчання:**

Змішане навчання

**Розташування класної кімнати:**

## Інформація про викладача

**Прізвище та ім'я викладача:**

**Панченко Ольга Вікторівна**, доктор філософії, доцент, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та бізнес-адміністрування

**Кафедра**

Кафедра менеджменту, маркетингу та бізнес-адміністрування

**Місцезнаходження офісу:**

м. Київ, пр-т Академіка Глушкова, 42 В, каб. 511

**Графік роботи та консультування:****Електронна пошта викладача:**

## Цілі курсу / Результати навчання

### Цілі курсу

Ціллю вивчення дисципліни «**Цифрові технології та інструменти в маркетингу**» є формування у студентів системних знань і практичних навичок застосування сучасних цифрових технологій для планування, реалізації та аналізу маркетингових стратегій. Також засвоєння основ цифрового маркетингу та принципів його інтеграції у бізнес-процеси підприємства, розвиток компетентностей у сфері автоматизації маркетингових процесів та роботи з даними клієнтів, оволодіння навичками оцінки ефективності цифрових маркетингових кампаній за ключовими показниками, підготовка студентів до прийняття рішень щодо впровадження інноваційних технологій у маркетингову діяльність.

### Роль навчальної дисципліни у досягненні програмних результатів

**Інтегральна компетентність** Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов

Дисципліна «**Цифрові технології та інструменти в маркетингу**» забезпечує формування таких спеціальних (фахових) компетентностей (СК):

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу

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

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

СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.

СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

СК15. Здатність інтегрувати цифрові технології в автоматизацію маркетингових процесів, розроблення персоналізованих комунікаційних стратегій і підвищення ефективності взаємодії з цільовими аудиторіями.

Вивчення курсу сприяє досягненню таких програмних результатів навчання (ПРН):

ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

ПРН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

ПРН 16. Відповідати вимогам, які висувуються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

ПРН 19. Застосовувати цифрові технології, у т.ч. технології штучного інтелекту, для автоматизації маркетингових процесів, розроблення персоналізованих комунікаційних стратегій та підвищення ефективності взаємодії з цільовими аудиторіями.

## Результати навчання

Після вивчення дисципліни студент буде **знати**:

- основні поняття цифрового маркетингу та його роль у сучасному бізнесі;
- інструменти онлайн-аналітики та системи збору маркетингових даних;
- принципи роботи SEO, SMM, контент-маркетингу та електронної реклами;
- методи автоматизації маркетингових процесів та роботи з CRM-системами;
- показники ефективності цифрових маркетингових кампаній;
- сучасні тенденції розвитку цифрового маркетингу та інноваційні технології у маркетинговій діяльності;

**вміти:**

- розробляти та впроваджувати цифрові маркетингові стратегії для різних бізнес-моделей;
- використовувати інструменти SEO, SMM, email-маркетингу та контент-маркетингу для просування товарів і послуг;
- аналізувати ефективність маркетингових кампаній за ключовими показниками (CTR, конверсія, ROI);
- застосовувати цифрові інструменти аналітики та CRM для управління взаємовідносинами з клієнтами;
- автоматизувати маркетингові процеси та оптимізувати роботу цифрових платформ;

## Зміст курсу

### **Розділ 1. Основи цифрового маркетингу та аналітики**

- Тема 1.1. Вступ до цифрового маркетингу
- Тема 1.2. Інструменти онлайн-аналітики та маркетингових даних
- Тема 1.3. SEO та контент-маркетинг
- Тема 1.4. SMM та електронна реклама

### **Розділ 2. Управління маркетинговими процесами та інновації**

- Тема 2.1. Автоматизація маркетингових процесів та CRM
- Тема 2.2. Правові та етичні аспекти цифрового маркетингу
- Тема 2.3. Тенденції та інновації у цифровому маркетингу
- Тема 2.4. Оцінка ефективності цифрових маркетингових кампаній



Розподіл годин

## Матеріали курсу та вимоги

### Книги та матеріали

1. Шульга Л. В., Терещенко І. О., Шарлай О. В. Сучасні маркетингові стратегії управління підприємством. Ефективна економіка. 2020. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8192>
2. Слободяник АМ., Могилевська О.Ю., Романова Л.В., Салькова І.Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник. Київ. КиМУ, 2022. 228 с.
3. Маркетинг [Електронний ресурс]: навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2021. - 180 с.
4. Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі. – Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної Інтернетконференції. – Тернопіль, ТНТУ, 2023. – 152 с.
5. Технології цифрового маркетингу: підручник / Т. М. Янковець. – Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2024. – 260 с.



Рекомендовані джерела

### Технічні вимоги для роботи на курсі

Для роботи на курсі «**Цифрові технології та інструменти в маркетингу**», вам необхідний регулярний доступ до комп'ютера (чи телефону) та інтернету. У системі управління навчальним процесом на платформі Moodle поетапно будуть розміщені інформація або матеріали для вивчення курсу. Також потрібно буде завантажувати та створювати документи, переглядати відео або ж створювати його.

Можливість використовувати корпоративні ресурси Університету надається тільки для акаунтів, пов'язаних з корпоративною поштою.

При неможливості зайти на курс, вам необхідно повідомити старосту або безпосередньо викладача курсу.

## Процес навчання

У процесі вивчення дисципліни використовуються інтерактивні, практикоорієнтовані та проблемно-орієнтовані методи навчання, зокрема:

- **лекційні методи:** проблемна лекція, лекція-бесіда, мультимедійна презентація, аналіз практичних випадків;
- **методи практичної підготовки:** опитування, тестування, виконання індивідуальних і групових завдань, розв'язання практичних задач;
- **активні методи:** дискусії, мозковий штурм, робота в малих групах, рольові й ділові ігри;
- **методи самостійної роботи:** опрацювання наукової літератури, підготовка рефератів, презентацій.

### Організація освітнього процесу

- Навчання здійснюється у змішаному форматі (аудиторні заняття та онлайн-робота на платформі Moodle).
- Самостійна робота передбачає: підготовку до занять, виконання практичних завдань, аналіз кейсів, написання есе та звітів, підготовку презентацій.
- Для формування практичних навичок використовується діагностичний інструментарій (тести, опитувальники, проєктивні методики).
- Контактна робота із викладачем: лекції, практичні заняття, консультації.
- Зворотний зв'язок забезпечується через коментарі в Moodle, консультації в аудиторії та онлайн, використання корпоративної пошти.

## Політики оцінювання

### Сумативне оцінювання

Оцінювання результатів навчання здійснюється за такими складовими:

- **Поточний контроль** – участь у дискусіях, виконання практичних завдань, презентацій, тестів, активність у груповій роботі.
- **Самостійна робота** – виконання індивідуальних завдань (есе, аналіз кейсів, підготовка рефератів і презентацій).
- **Підсумковий контроль** – іспит у формі письмових та усних завдань (теоретичні питання, розв'язання практичного кейсу).



Рубрики оцінювання

Діяльність протягом семестру	Максимальна кількість балів протягом семестру
Поточна навчальна діяльність	40
Самостійна робота	20
Підсумковий контроль	40
<b>Разом</b>	<b>100</b>

## Шкала оцінювання

Оцінка за дисципліну визначається як сума набраних балів за поточну діяльність у семестрі та балу за підсумковий контроль. Підсумковий контроль проводиться у формі іспиту. Мінімальна кількість балів, яку повинен набрати здобувач освіти за поточну навчальну діяльність – 36 балів.



Про політику та процедури оцінювання

Максимальний бал з дисципліни становить 100.

Сумарна оцінка за вивчення дисципліни виставляється за національною та європейською шкалою (ЄКТС).

### Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90-100	A	відмінно	Зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
66-73	D	Задовільно	
60-65	E		
30-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю дворазового повторного складання
1-29	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з можливістю одноразового повторного складання дисципліни

### Як дізнатись свою оцінку:

Щоб перевірити свої оцінки за завдання та прочитати коментарі викладача, ви повинні перевірити відповідні вкладки дистанційної платформи навчання Moodle. Також отримати інформацію про отримані оцінки ви можете безпосередньо у викладача курсу через корпоративну пошту або ж за попереднім записом у дні надання консультацій (каб. 511).

## Політики курсу

### Загальні настанови

Під час занять і перебування в університеті **здобувачі зобов'язані** дотримуватись норм академічної етики: проявляти повагу до викладачів, співробітників і колег, відвідувати заняття відповідно до розкладу, приходити вчасно та не залишати аудиторію без дозволу викладача. Виконання академічних завдань і робіт у встановлені терміни є обов'язковим. Викладач, зі свого боку, має постійно вдосконалювати професійну компетентність, педагогічну майстерність і загальну культуру, забезпечувати умови для якісного засвоєння освітньої програми, сприяти професійному розвитку здобувачів. Викладач зобов'язаний бути пунктуальним, дотримуватись принципів академічної доброчесності, не допускати проявів корупції, дискримінації, булінгу чи утиску прав здобувачів освіти.



Кодекс етики та академічної доброчесності

### Відвідування занять та участь в них

Відвідування всіх лекційних і практичних занять є **обов'язковим**. Студент зобов'язаний приходити на заняття вчасно, бути присутнім протягом усього заняття та дотримуватися академічної дисципліни.

Пропуски занять допускаються лише з **поважних причин**, підтверджених документально (лікарняний лист, офіційне звернення тощо). У такому випадку студент має право на відпрацювання пропущеного матеріалу у двотижневий термін після повернення до навчання.

**Невідвідування занять без поважних причин** або систематичні запізнення можуть бути підставою для недопуску до підсумкового контролю з дисципліни.

Участь у семінарах, дискусіях, практичних вправах та виконання завдань під час занять є складовою поточного контролю і враховується в загальній оцінці з дисципліни. За індивідуальних обставин можуть бути застосовані процедури **гнучкості** (адаптації термінів виконання завдань) та **спеціального розгляду** (винятковий порядок врахування результатів навчальної діяльності) відповідно до політики й процедур оцінювання МСУ.



Про політику та процедури оцінювання

## Академічна доброчесність

Здобувачі та викладачі зобов'язані дотримуватися принципів академічної доброчесності. Забороняються будь-які прояви плагіату, фабрикації, фальсифікації, списування, використання сторонньої допомоги під час виконання завдань чи складання підсумкового контролю. Порушення академічної доброчесності розглядаються відповідно до внутрішніх положень МСУ та можуть мати наслідком дисциплінарну відповідальність.



Простір академічної  
доброчесності

## Виконання завдання з запізненням, виправлення оцінок, відпрацювання

Пам'ятайте, що дедлайни працюють в обидві сторони, і їх дотримання гарантує, що викладачем буде наданий своєчасний зворотний зв'язок щодо ваших завдань, щоб переконатися, що ви не відстаєте від курсу.

Всі види індивідуальних та самостійних робіт є складовою оцінювання і повинні бути здані до визначених викладачем строків, аби забезпечити прозорість та об'єктивність оцінювання результатів навчання. Завдання, подані із запізненням, приймаються, але можуть оцінюватися з пониженням балів.

Більшість завдань мають бути виконані до 09:00 у день чергового заняття, щоб узгодити їх зі змістом курсу та діяльністю в групі. Найкращою практикою буде виконувати завдання якомога швидше після отримання, щоб у вас було достатньо часу для активної участі на заняттях.

Завдання, не виконані до завершення семестру без поважних причин, вважаються **академічною заборгованістю**, і студент може бути недопущений до підсумкового контролю.

Повторне складання іспиту можливе лише після виконання всіх передбачених видів навчальної та самостійної роботи й проводиться згідно з графіком ліквідації академічної заборгованості.

Якщо студент пропустив терміни через **поважні обставини**, підтвержені документально, він має право скористатися процедурами **гнучкості** або **спеціального розгляду** для продовження дедлайну чи альтернативного виконання завдання. Студент має право на **перегляд отриманої оцінки**: він може звернутися до викладача за роз'ясненнями й коментарями щодо виставлених балів. У разі незгоди з результатом студент може подати **апеляцію** відповідно до порядку, визначеного Положенням про політику і процедури оцінювання МСУ.



Про політику та  
процедури оцінювання

### Час відповіді викладача (про перевірку завдань)

Викладач відповідає на звернення студентів, що надійшли через офіційні корпоративні канали комунікації упродовж **24 годин у робочі дні у години робочого часу викладача** (з 9 00 до 18 00 за київським часом) та проводить консультації відповідно до затвердженого графіка.

Оцінки за завдання та поточну роботу публікуються в електронному журналі на платформі Moodle, як правило, протягом **10 робочих днів** після подання виконаного завдання. Результати підсумкового оцінювання оголошуються безпосередньо після перевірки робіт (як правило, на наступний день з дати проведення контролю).

Кожен студент має право отримати **індивідуальний коментар** до своєї роботи з поясненням сильних і слабких сторін виконання.

Інформація про підсумкову оцінку (за семестр/іспит) доводиться до відома студентів офіційно – через особистий кабінет у Moodle та/або навчальну картку.

### Ефективна комунікація

Для ефективної комунікації слід застосовувати офіційні канали – корпоративну електронну пошту (@ie.u.edu.ua), систему повідомлень освітньої платформи Moodle Міжнародного європейського університету (dist.ie.u.edu.ua).

### Політика публікації та розповсюдження матеріалів курсу

Матеріали курсу (лекції, слайди (презентації) відео чи аудіозаписи, завдання, набори задач, тести та ін.) є інтелектуальною власністю викладача і університету. Забороняється будь-яке публічне поширення матеріалів курсу без письмового дозволу, а також відеозапис занять без письмового погодження. За порушення політики публікації та розповсюдження матеріалів студенти можуть бути притягнуті до дисциплінарної відповідальності, у т. ч. відрахування з університету.

### Академічна мобільність та визнання результатів попереднього навчання

Студенти мають право брати участь у програмах **національної та міжнародної академічної мобільності** відповідно до Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність МСУ. Мобільність може здійснюватися на основі двосторонніх угод із закладами-партнерами, програм Erasmus+, міжуніверситетських меморандумів чи індивідуальних угод. Результати навчання, здобуті в інших закладах освіти під час мобільності, підлягають **обов'язковому визнанню** в МСУ на підставі академічних довідок (Transcript of Records) та в межах індивідуальної освітньої траєкторії здобувача.

Університет визнає результати **попереднього формального навчання** (отримані в інших ЗВО України та за кордоном), а також може визнавати результати **неформального та інформального навчання** (курси підвищення кваліфікації, сертифікаційні програми, професійний досвід), якщо вони підтверджують набуття компетентностей, визначених освітньою програмою.

Процедури визнання результатів попереднього навчання проводяться з дотриманням принципів Лісабонської конвенції, презумпції визнання та прозорості. У разі необхідності університет може вимагати додаткові документи чи організувати співбесіду/оцінювання для підтвердження результатів. Усі рішення щодо мобільності та визнання результатів попереднього навчання оформлюються наказом ректора і фіксуються в індивідуальному навчальному плані здобувача.



Про визнання результатів  
попереднього навчання

## Очікуване навантаження та залученість студентів

### Служби підтримки

На роботу в цьому курсі слід виділити окремі години для самостійного опрацювання деяких матеріалів лекцій відповідно до тематики курсу (приблизно 5-6 годин на тиждень). Очікується, що здобувачі мають резервний план на випадок несправності комп'ютера або перебоїв у роботі Інтернету. Студент має право скористатися процедурами **гнучкості** або **спеціального розгляду** для продовження дедлайну чи альтернативного виконання завдання.



Про політику та  
процедури оцінювання

## Розклад курсу

№	Тема	Практичні завдання (методики з посібника)	Самостійна робота
1	Тема 1.1. Вступ до цифрового маркетингу	Аналіз сучасного стану цифрового маркетингу в Україні та світі. Вивчення різних моделей цифрового маркетингу (B2B, B2C, C2C).	Підготовка огляду сучасних цифрових маркетингових стратегій та прикладів успішних кампаній. Аналіз моделей цифрового маркетингу та їх застосування в бізнесі.
2	Тема 1.2. Інструменти онлайн-аналітики та маркетингових даних	Визначення та аналіз ключових показників ефективності кампаній. Моделювання сценаріїв збору і використання маркетингових даних.	Практичне опрацювання даних за допомогою онлайн-аналітики (Google Analytics). Визначення ключових показників ефективності маркетингових кампаній.
3	Тема 1.3. SEO та контент-маркетинг	Розробка плану контент-стратегії для бренду або продукту. Аналіз ефективності контенту за заданими показниками.	Розробка плану контент-стратегії для вебресурсу або бренду. Аналіз ефективності контенту та оптимізація для пошукових систем.
4	Тема 1.4. SMM та електронна реклама	Розробка плану контент-стратегії для бренду або продукту. Аналіз ефективності контенту за заданими показниками.	Розробка ескізу SMM-кампанії або плану просування у соціальних мережах. Аналіз результатів рекламних кампаній та оцінка їх ефективності за ключовими показниками.
5	Тема 2.1. Автоматизація маркетингових процесів та CRM	Практична робота з CRM-системами для управління клієнтами. Автоматизація email-маркетингу та персоналізованих пропозицій.	Ознайомлення з функціоналом CRM-систем та інструментів автоматизації маркетингу. Розробка пропозицій щодо оптимізації процесів взаємодії з клієнтами.
6	Тема 2.2. Правові та етичні аспекти цифрового маркетингу	Розгляд кейсів порушень правил цифрового маркетингу. Обговорення етичних норм у роботі з онлайн-користувачами.	Аналіз законодавчих норм щодо захисту персональних даних та цифрового маркетингу. Підготовка рекомендацій щодо дотримання правових і етичних стандартів у маркетинговій діяльності.
7	Тема 2.3. Тенденції та інновації у цифровому маркетингу	Аналіз кейсів впровадження нових технологій у маркетингові кампанії. Розробка пропозицій щодо застосування інновацій у власному проєкті.	Дослідження сучасних технологій та їх застосування у маркетингу. Підготовка пропозицій щодо впровадження інновацій у цифрові кампанії.
8	Тема 2.4. Оцінка ефективності цифрових маркетингових кампаній	Побудова звітності та аналіз результатів кампаній. Розробка рекомендацій для оптимізації цифрових маркетингових стратегій	Використання ключових показників для оцінки кампаній. Аналіз результатів маркетингових дій та розробка рекомендацій щодо оптимізації стратегій.

## Поради щодо успішного навчання

- **Кожне завдання і кожне заняття – це крок до вашого становлення як професіонала. Використайте цей шанс максимально!**
- **Будьте активними на заняттях.** Регулярно відвідуйте лекції й практичні заняття, беріть участь у дискусіях, ставте запитання та діліться власними думками. Це сприяє кращому засвоєнню матеріалу та підвищує результати поточного контролю.
- **Працюйте з літературою та джерелами.** Використовуйте основну та додаткову літературу, рекомендовану в силабусі. Звертайтеся до сучасних наукових публікацій, міжнародних баз даних (Scopus, Web of Science), щоб розширити теоретичну базу.
- **Виконуйте практичні завдання вчасно.** Завдання з аналізу практичних кейсів чи тестових методик, які є ключовими для формування професійних навичок. Дотримання дедлайнів полегшить підготовку до іспиту.
- **Розвивайте навички самостійної роботи.** Виділяйте час на опрацювання літератури, створення конспектів, написання рефератів і презентацій. Це допоможе не лише закріпити знання, а й підготуватися до магістерського дослідження.
- **Використовуйте цифрові ресурси.** Активно працюйте з цифровими ресурсами: переглядайте матеріали, виконуйте тести, завантажуйте завдання та перевіряйте коментарі викладача.
- **Співпрацюйте з одногрупниками.** Обмін досвідом, підготовка групових завдань і тренінгів дозволяють розширити власне бачення й отримати підтримку під час навчання.
- **Готуйтеся до практичної діяльності.** Курс спрямований на розвиток управлінських і організаційних навичок, тому важливо відпрацьовувати алгоритми планування, контролю та аналізу діяльності на практичних прикладах і тренінгах.
- **Не відкладайте підготовку до контрольних заходів.** Регулярно повторюйте матеріал після кожної теми, створюйте зручні схеми та таблиці для кращого засвоєння методик управління, критеріїв прийняття рішень і аналізу результатів.
- **Дотримуйтеся принципів академічної доброчесності.** Виконуйте завдання самостійно, правильно оформлюйте посилання на джерела, уникайте плагіату та списування.
- **Звертайтеся по підтримку у разі потреби.** Якщо виникають труднощі в засвоєнні матеріалу, не вагайтеся звернутися до викладачів, кураторів або служб підтримки університету.
- **Пам'ятайте:** успіх залежить не лише від знань, а й від уважності, відповідальності та комунікативних навичок. Будьте активними, допитливими та цілеспрямованими!

**Нехай цей курс стане для вас не лише джерелом знань, а й поштовхом до професійного самовдосконалення та впевненого руху вперед!**