

СИЛАБУС ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА «ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ТА КРЕАТИВ»

Компонент освітньої програми – вибіркова (3 кредити)

Освітньо-професійна програма	<i>Маркетинг</i>
Спеціальність	<i>D5 «Маркетинг»</i>
Галузь знань	<i>D «Бізнес, адміністрування та право»</i>
Рівень вищої освіти	<i>перший (бакалаврський)</i>
Мова навчання	<i>українська</i>
Профайл викладача (-ів)	<i>Є.І.Венгер, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку А.І.Павлюк, асистент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку</i>
Контактний тел.	<i>+380372509465</i>
E-mail:	<i>e.venger@chnu.edu.ua a.pavlyuk@chnu.edu.ua</i>
Сторінка курсу в Moodle	<i>https://moodle.chnu.edu.ua/</i>
Консультації	<i>понеділок та середа з 13.00 до 15.00</i>

АНОТАЦІЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Освітній компонент «Штучний інтелект та креатив» формує в здобувачів вищої освіти практичні навички використання інструментів штучного інтелекту для творчих і маркетингових завдань. Курс охоплює повний цикл роботи зі ШІ – від огляду сучасних платформ до застосування генеративних алгоритмів у контенті, рекламі та аналізі ринку. Здобувачі працюють з реальними кейсами використання ШІ українськими та міжнародними брендами, досліджують етичні межі цих технологій і створюють власний креативний проєкт із застосуванням ШІ-інструментів. Дисципліна доповнює компетентності, здобуті в межах дисциплін з цифрового маркетингу та маркетингових комунікацій, переносючи їх у площину практичної роботи з інструментами штучного інтелекту.

Мета освітнього компонента: формування у здобувачів вищої освіти навичок ефективного використання штучного інтелекту для вирішення творчих і маркетингових завдань; знань основних ШІ-платформ та інструментів; умінь застосовувати генеративні алгоритми в контенті, рекламі та аналізі споживчої поведінки; розуміння етичних меж використання інноваційних технологій.

Максимальна кількість студентів, які можуть записати на курс – 18 осіб.

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Тема 1	Штучний інтелект сьогодні: можливості для маркетингу та креативних індустрій.
Тема 2	Інструментарій ШІ для творчості: огляд основних платформ.
Тема 3	ШІ в контент-маркетингу та копірайтингу.
Тема 4	Генеративні алгоритми у рекламі та візуальному контенті.
Тема 5	ШІ-аналіз клієнтів.
Тема 6	ШІ в повсякденній роботі маркетолога.
Тема 7	Етичні виклики та межі використання ШІ в маркетингу і креативі.
Тема 8	Проектування креативного рішення з використанням ШІ: від ідеї до реалізації.

ФОРМИ, МЕТОДИ ТА ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ

У процесі вивчення навчальної дисципліни використовуються такі:

Освітні технології:

- інформаційно-комунікаційні технології, технології студентоцентрованого навчання;
- робота з ШІ-платформами (текстові, візуальні та відеогенератори) безпосередньо на заняттях.

Форми навчання:

- проєктна діяльність;
- лекція-візуалізація, проблемна лекція, семінар-дискусія, семінар-діалог;
- практичні заняття на основі демонстрації та застосування конкретних ШІ-інструментів.

Методи навчання:

- використання практичних інструментів, самостійно-дослідницька робота;
- аналіз і рішення ситуативних професійних задач (Case study) та ін.

ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Поточний контроль:

- усне та письмове опитування, тестування, творча робота, проєкт, презентація, відеоробота та ін.;
- оцінювання командних проєктів;
- зарахування результатів неформальної освіти, оцінювання сертифікатів онлайн-курсів, участі у вебінарах чи інших формах неформального навчання.

Підсумковий контроль – залік.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання програмних результатів навчання здобувачів освіти здійснюється за шкалою європейської кредитно-трансферної системи (ECTS). Критерієм успішного оцінювання є досягнення здобувачем вищої освіти мінімальних порогових рівнів (балів) за кожним запланованим результатом навчання. Оцінювання творчих (креативних) проєктів, капстоуна.

ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні освітнього компонента регламентовано чинними документами ЧНУ:

- «Кодекс академічної доброчесності та етики Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича»
<https://www.chnu.edu.ua/universytet/normativni-dokumenty/etychnyi-kodeks-chernivetskoho-natsionalnoho-universytetu-imeni-yuriia-fedkovycha/>
- «Положення про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича»
<https://www.chnu.edu.ua/universytet/normativni-dokumenty/polozhennia-pro-vyivlennia-ta-zapobihannia-akademichnomu-plahiatu-u-chernivetskomu-natsionalnomu-universyteti-imeni-yuriia-fedkovycha/>
- «Політика використання штучного інтелекту в Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича»
<https://www.chnu.edu.ua/universytet/normativni-dokumenty/polityka-vykorystannia-shtuchnoho-intelektu-v-chernivetskomu-natsionalnomu-universyteti-imeni-yuriia-fedkovycha-zi-zminamy-zatverdzhenymy-vchenoiu-radoiu-chnu-imeni-yuriia-fedkovycha/>

ВИКОРИСТАННЯ ЗДОБУВАЧАМИ ОСВІТИ ІНСТРУМЕНТІВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ (ШІ) ПІД ЧАС ВИКОНАННЯ НАВЧАЛЬНИХ ЗАВДАНЬ

- *допускається за умови дотримання принципів академічної доброчесності (здобувач освіти несе відповідальність за зміст, достовірність і результати поданої роботи, а у разі використання ШІ зобов'язаний зазначити факт і спосіб його застосування);*
- *не допускається використання ШІ як заміни самостійного виконання завдань або з метою порушення вимог академічної доброчесності;*
- *додаткові обмеження чи вимоги щодо використання ШІ можуть визначатися викладачем в освітньому процесі для конкретних видів навчальної діяльності відповідно до особливостей дисципліни.*

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

(посилання на електронні ресурси до навчальної дисципліни)

1. Вступ до штучного інтелекту (Coursera) – базовий курс про принципи роботи ШІ та його застосування.
URL: <https://www.coursera.org/learn/ai-for-everyone>
2. DeepLearning.AI – сучасні підходи до машинного та глибокого навчання.
URL: <https://www.deeplearning.ai/>
3. AI Index (Stanford) – щорічний звіт про стан розвитку штучного інтелекту у світі.
URL: <https://aiindex.stanford.edu/>
4. Трапаїдзе С. М., Швецова К. Г. Генеративний штучний інтелект у

- створенні маркетингового контенту для українських компаній. Економіка та суспільство. 2025. № 72. С. 1–7.
URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5788>
5. Балабанова К. Є., Ахтоян А. Н., Ефендієв А. А. Генеративний штучний інтелект у брендингу та візуальному маркетингу. Соціальний розвиток: економіко-правові проблеми. 2025. № 9.
URL: <https://www.eu-scientists.com/index.php/sdel/article/download/386/375>
 6. Hugging Face – платформа генеративних моделей для тексту, зображень та інших форматів.
URL: <https://huggingface.co/>
 7. OpenAI – розробник ChatGPT та інших генеративних технологій.
URL: <https://openai.com/>
 8. Google AI – дослідження та розробки у сфері штучного інтелекту.
URL: <https://ai.google/>
 9. Архів наукових публікацій з AI та ML (arXiv).
URL: <https://arxiv.org/list/cs.AI/recent>
 10. VentureBeat AI – останні новини та тренди у сфері штучного інтелекту.
URL: <https://venturebeat.com/category/ai/>

Покликання на робочу програму освітнього компонента

https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1PP8nsVIBUsOxZa3iAZ5Y15NaV_4RgTeq