

**ВІДКРИТИЙ МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
РОЗВИТКУ ЛЮДИНИ «УКРАЇНА»
РІВНЕНСЬКИЙ ІНСТИТУТ
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, ОБЛІКУ ТА ФІНАНСІВ**

ЗАТВЕРДЖУЮ
Директор інституту
_____Макух Т. О.
« ___ » _____ 2022 року

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ВК 2.1. МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

освітня програма: «Економіка»

освітнього рівня: бакалавр

галузь знань: 05 Соціальні та поведінкові науки

спеціальність: 051 Економіка

Обсяг, кредитів: 180/6

Форма підсумкового контролю: залік

Рік навчання: 2, семестр 4

Мова викладання: українська

Інформація про викладача

Кафедра	Економіки, обліку та фінансів
Прізвище, ім'я та по батькові викладача, науковий ступінь і вчене звання, посада	Ушакова Оксана Анатоліївна, доцент, кандидат економічних наук
Профайл викладача	https://vo.uu.edu.ua/user/profile.php?id=48705
Контактна інформація викладача (-ів)	Телефон: 0977423581 Електронна пошта: oksana.a.ushakova@gmail.com Кабінет: 220 (Рівне, вул. Котляревського, 1)
Сторінка курсу в Moodle	https://vo.uu.edu.ua/course/view.php?id=14895
Консультації	Періодично згідно графіку консультацій упродовж вивчення курсу навчальної дисципліни.

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, спеціалізація, освітній ступінь/освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Загальний обсяг кредитів – 6	Галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки	Вид дисципліни Обов'язкова компонента	
	Спеціальність 051 Економіка	Цикл підготовки Професійний	
Модулів – 6	Спеціалізація -	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 4		2-й	2-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання: <u>публікація наукових тез або статті у фаховому науковому виданні за темою, узгодженою з науковим керівником – викладачем навчальної дисципліни</u>	Мова викладання, навчання та оцінювання: <u>українська</u>	Семестр	
Загальний обсяг годин – 180			
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 3 самостійної роботи студента – 9	Освітній ступінь/ освітньо-кваліфікаційний рівень: <u>бакалавр</u>	Лекції	
		24 год.	4 год.
		Практичні, семінарські	
		22 год.	4 год.
		Лабораторні	
		-	-
		Самостійна робота	
		134 год.	172 год.
Індивідуальні завдання: -			
Вид семестрового контролю: залік			

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної та індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання – 66%/34%
для заочної форми навчання – 5%/95%.

ПЕРЕДРЕКВІЗИТИ:

«Мікроекономіка», «Макроекономіка».

ПОСТРЕКВІЗИТИ:

«Управління персоналом», «Підприємницька діяльність».

МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою викладання навчальної дисципліни «Маркетинговий менеджмент» є формування у здобувачів освіти системи теоретичних знань і практичних навичок щодо організації, планування, реалізації та контролю маркетингової діяльності промислового підприємства на принципах сталого розвитку.

Завданнями вивчення навчальної дисципліни «Маркетинговий менеджмент» є ознайомлення здобувачів освіти з відповідними поняттями, категоріями і процесами маркетингового менеджменту, вивчення системи методів, алгоритмів й інструментарію управління маркетинговою діяльністю на підприємстві, опанування практичних навичок з маркетингового планування, формування організаційних маркетингових структур на підприємстві, контролю й аналізу маркетингової діяльності, набуття вмінь творчого пошуку напрямків і резервів удосконалення процесів та методів управління маркетинговою діяльністю підприємства, вирішення маркетингових завдань і виконання відповідних функцій.

ПЕРЕЛІК ЗАГАЛЬНИХ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ, ЯКІ ЗАБЕЗПЕЧУЄ НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА:

ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК02. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК06. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні

ЗК07. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК08. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК11. Здатність спілкуватися з представниками інших професій груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК14. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ПЕРЕЛІК СПЕЦІАЛЬНИХ (ФАХОВИХ) ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ, ЯКІ ЗАБЕЗПЕЧУЄ НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА:

СК01. Здатність досліджувати тенденції розвитку економіки за допомогою інструментарію макро- та мікроекономічного аналізу, оцінювати сучасні економічні явища.

СК02. Розуміння особливостей функціонування сучасних світових та національних

фінансових систем та їх структури.

СК03. Здатність до діагностики стану фінансових систем (державні фінанси, у тому числі бюджетна та податкова системи, фінанси суб'єктів господарювання, фінанси домогосподарств, фінансові ринки, банківська система та страхування).

СК05. Здатність застосовувати знання законодавства у сфері монетарного, фіскального регулювання та регулювання фінансового ринку.

СК08. Здатність виконувати контрольні функції у сфері фінансів, банківської справи та страхування.

СК09. Здатність здійснювати ефективні комунікації.

СК10. Здатність визначати, обґрунтовувати та брати відповідальність за професійні рішення.

СК11. Здатність підтримувати належний рівень знань та постійно підвищувати свою професійну підготовку.

ПЕРЕЛІК ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ, ЯКІ ЗАБЕЗПЕЧУЄ НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА:

ПР01. Знати та розуміти економічні категорії, закони, причинно-наслідкові та функціональні зв'язки, які існують між процесами та явищами на різних рівнях економічних систем.

ПР02. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи фінансової науки, особливості функціонування фінансових систем.

ПР03. Визначати особливості функціонування сучасних світових та національних фінансових систем та їх структури.

ПР04. Знати механізм функціонування державних фінансів, у т.ч. бюджетної та податкової систем, фінансів суб'єктів господарювання, фінансів домогосподарств, фінансових ринків, банківської системи та страхування.

ПР07. Розуміти принципи, методи та інструменти державного та ринкового регулювання діяльності в сфері фінансів, банківської справи та страхування.

ПР11. Володіти методичним інструментарієм здійснення контрольних функцій у сфері фінансів, банківської справи та страхування.

ПР12. Використовувати професійну аргументацію для донесення інформації, ідей, проблем та способів їх вирішення до фахівців і нефахівців у фінансовій сфері діяльності.

ПР13. Володіти загальнонауковими та спеціальними методами дослідження фінансових процесів.

ПР14. Вміти абстрактно мислити, застосовувати аналіз та синтез для виявлення ключових характеристик фінансових систем, а також особливостей поведінки їх суб'єктів.

ПР16. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати.

ПР20. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані фінансові рішення.

ПР21. Розуміти вимоги до діяльності за спеціальністю, зумовлені необхідністю забезпечення сталого розвитку України, її зміцнення як демократичної, соціальної, правової держави.

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН

Назви змістових модулів і тем	Розподіл годин між видами робіт														Форми та методи контролю знань
	денна форма							заочна форма							
	Усього	аудиторна					с.р.	Усього	аудиторна					с.р.	
		у тому числі							у тому числі						
		л	сем	пр	лаб	інд			л	сем	пр	лаб	інд		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Змістовий модуль 1. Сутність, процес і організація маркетингового менеджменту															
Тема 1. Розуміння маркетингового менеджменту	16	1	-	1	-	-	14	19	1	-	1	-	-	17	АР: опитування СР: експрес-тестування
Тема 2. Процес маркетингового менеджменту	18	1	-	1	-	-	16	19	1	-	1	-	-	17	АР: опитування СР: експрес-тестування
Тема 3. Організація маркетингового менеджменту. Концептуальна база як основа організації маркетингового менеджменту підприємства	20	4	-	4	-	-	12	17	-	-	-	-	-	17	АР: опитування СР: експрес-тестування
Разом за змістовим модулем 1	54	6	-	6	-	-	42	53	2	-	-	-	-	51	-
Змістовий модуль 2. Маркетингові організаційні структури															
Тема 4. Створення маркетингових організаційних структур на підприємстві	16	1	-	1	-	-	14	19	1	-	1	-	-	17	АР: опитування СР: експрес-тестування
Тема 5. Сутність і система маркетингового планування	14	1	-	1	-	-	12	19	1	-	1	-	-	17	АР: опитування СР: експрес-тестування
Тема 6. Стратегії маркетингу	22	4	-	4	-	-	14	17	-	-	-	-	-	17	АР: опитування СР: експрес-тестування
Разом за змістовим модулем 2	52	6	-	6	-	-	40	53	2	-	-	-	-	51	-

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Змістовий модуль 3. Маркетингове планування															
Тема 7. Маркетингове стратегічне планування	16	2	-	2	-	-	12	17	-	-	-	-	-	17	АР: опитування СР: експрес- тестування
Тема 8. Маркетингові програми	20	4	-	2	-	-	14	17	-	-	-	-	-	17	АР: опитування СР: експрес- тестування
Разом за змістовим модулем 3	36	6	-	4	-	-	26	34	-	-	-	-	-	34	-
Змістовий модуль 4. Контроль та аналіз маркетингової діяльності															
Тема 9. Тактичне і оперативне планування маркетингу	16	2	-	2	-	-	12	17	-	-	-	-	-	17	АР: опитування СР: експрес- тестування
Тема 10. Контроль та аналіз маркетингової діяльності	22	4	-	4	-	-	14	17	-	-	-	-	-	17	АР: опитування СР: експрес- тестування
Разом за змістовим модулем 4	38	6	-	6	-	-	26	34	-	-	-	-	-	34	-
Разом за семестр	180	24	-	22	-	-	134	180	4	-	4	-	-	170	-

ФОРМИ І МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності

1. За джерелом інформації:

– *словесні*: лекція (традиційна, проблемна тощо) із застосуванням комп'ютерних інформаційних технологій (презентація PowerPoint), семінари, пояснення, розповідь, бесіда;

– *наочні*: спостереження, ілюстрація, демонстрація;

– *практичні*: вправи.

2. За логікою передачі і сприйняття навчальної інформації: індуктивні, дедуктивні, аналітичні, синтетичні.

3. За ступенем самостійності мислення: репродуктивні, пошукові, дослідницькі.

4. За ступенем керування навчальною діяльністю: під керівництвом викладача; самостійна робота студентів із книгою; виконання індивідуальних навчальних проєктів.

Методи стимулювання інтересу до навчання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності

У процесі викладання навчальної дисципліни для активізації навчально-пізнавальної діяльності студентів передбачене застосування як активних, так і інтерактивних навчальних технологій, серед яких: лекції проблемного характеру, міні-лекції, лекції-дискусії, робота в малих групах, мозкові атаки, кейс-метод, презентації, банки візуального супроводу.

Основні відмінності активних та інтерактивних методів навчання від традиційних визначаються не тільки методикою і технікою викладання, але й високою ефективністю навчального процесу, який виявляється у: високій мотивації студентів; закріпленні теоретичних знань на практиці; підвищенні самосвідомості студентів; формуванні здатності приймати самостійні рішення; формуванні здатності до ухвалення колективних рішень; формуванні здатності до соціальної інтеграції; набуття навичок вирішення конфліктів; розвитку здатності до знаходження компромісів.

Лекції проблемного характеру – один із найважливіших елементів проблемного навчання студентів. Вони передбачають поряд із розглядом основного лекційного матеріалу встановлення та розгляд кола проблемних питань дискусійного характеру, які недостатньо розроблені в науці й мають актуальне значення для теорії та практики. Лекції проблемного характеру відрізняються поглибленою аргументацією матеріалу, що викладається.

Вони сприяють формуванню у студентів самостійного творчого мислення, прищеплюють їм пізнавальні навички. Студенти стають учасниками наукового пошуку та вирішення проблемних ситуацій.

Інклюзивні методи навчання

1. Методи формування свідомості: бесіда, диспут, лекція, приклад, пояснення, переконання.

2. Метод організації діяльності та формування суспільної поведінки особистості: вправи, привчання, виховні ситуації, приклад.

3. Методи мотивації та стимулювання: вимога, громадська думка. Вважаємо, що неприпустимо застосовувати в інклюзивному вихованні методи емоційного стимулювання – змагання, заохочення, переконання.

4. Метод самовиховання: самопізнання, самооцінювання, саморегуляція.

5. Методи соціально-психологічної допомоги: психологічне консультування, аутотренінг, стимуляційні ігри.

6. Спеціальні методи: патронат, супровід, тренінг, медіація.

7. Спеціальні методи педагогічної корекції, які варто використовувати для цілеспрямованого виправлення поведінки або інших порушень, викликаних спільною причиною. До спеціальних методів корекційної роботи належать: суб'єктивно-прагматичний метод, метод заміщення, метод «вибуху», метод природних наслідків і трудовий метод.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Баланюк І. Ф., Ткач О. В., Копчак Ю. С., Баланюк С. І. Методологія та організація маркетингового менеджменту на сучасному підприємстві. Вісник Прикарпатського університету. Серія економіка. Випуск 12. м. Івано-Франківськ, в-во «Плай». 2017. 16 с.
2. Біловодська О. А. Маркетинговий менеджмент. URL: <http://westudents.com.ua/glavy/37655-rozdl-1-rozumnyamarketingovogo-menedjmentu.html>.
3. Виноградова О. В. Сучасні види маркетингу. Навч. посібник. Київ: ДУТ, 2019. 262 с.
4. Гузенко Г. М. Управління та вдосконалення маркетингової діяльності на підприємстві. Економіка і суспільство. 2017. Вип. 12. С. 227–234.
5. Дарчук В. Г. Аналіз та планування маркетингової діяльності. Навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2019. 146 с.
6. Калмикова Н. М. Маркетинговий менеджмент в системі управління підприємством. URL: <http://www.nbu.gov.ua/node/906>.
7. Ковшова І. О. Маркетинговий менеджмент: теорія, методологія, практика: монографія. Видавництво ФОП Вишемирський В. С., 2018. 516 с.
8. Мосійчук І. В. Особливості управління маркетинговою діяльністю підприємств в Україні. 2017. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/id/eprint/25081>.
9. Самокиша А. М. Управління діяльністю підприємства через організацію маркетингового менеджменту. Наука у контексті сучасних глобалізаційних процесів. Том 8. Полтава, 2017. С. 13–14.
10. Трейсі Б. Як керують найкращі. [Як одержати максимум від себе та інших. Секрети, перевірені на практиці]; пер. з англ. Р. Клочка. Харків: Клуб сімейного дозвілля, 2017. 208 с.
11. Цибульська Е. І. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. Харків: Вид-во НУА, 2018. 320 с. URL: http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1767_46483511.pdf.
12. Чайка І. П. Сучасна концепція маркетингового управління діяльністю підприємства. Економічний аналіз: зб. наук. праць. Тернопільський національний економічний університет. 2017. Том 27. № 1. С. 257-262.

Додаткова

1. Ковшова І. О. Наукові підходи до визначення маркетингового менеджменту. Наукові записки НаУКМА. Економічні науки, Київ. 2017. С. 69 – 74.
2. Ковшова І. О. Організація маркетингового менеджменту на підприємстві. Економіка та суспільство. Мукачево, 2017. № 11. URL: <http://economyandsociety.in.ua>.
3. Ковшова І. О. Форми реалізації сучасного маркетингового менеджменту на підприємстві. Інноваційна економіка. Тернопіль: СМП «Тайп», 2017. № 3-4 (68). С. 174–180.

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. <https://www.rada.gov.ua/> – Верховна рада України;
2. <http://www.ukrstat.gov.ua/> – Державна служба статистики України.
3. <https://www.staff-ua.com> – Цивілізований ринок праці
4. <https://www.training.com.ua> – Інформаційний портал ринку тренінгових послуг, співорганізатор найбільших HR-конференцій та виставок;
5. <https://www.reklamaster.com> – Перший портал про маркетинг та рекламу в Україні;
6. <https://www.adcoalition.org.ua> – Всеукраїнська рекламна коаліція;
7. <https://www.marketing.web-standart.net> – журнал «Новый маркетинг»;
8. <https://www.ukragroconsult.com> – Укragроконсалт – аналітичний центр;
9. <https://www.marketingburo.com.ua> – «Бюро Маркетингових Технологій» – класичне рекламно-маркетингове агентство;
10. <https://www.management.com.ua> – Інтернет-портал для управлінців;
11. <http://def.com.ua> – Незалежна дослідницька група DEFgroup;
12. <http://marketing.rbc.ua/> – дослідження ринків;
13. <http://mmr.ua> – журнал «Marketing Media Review»;
14. <http://marketing-helping.com/index.php> – Доступний маркетинг;
15. <http://businessviews.com.ua/> – бізнес-дайджест;
16. <https://www.currenttime.tv/z/20354> – приклади бізнес-планів;
17. <http://www.mmaglobal.org/> – Marketing-management association.

ТЕМИ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Денна форма навчання	Заочна форма навчання
1.	Компетентності маркетингових менеджерів.	26	34
2.	Управління маркетингом.	27	34
3.	Маркетинговий менеджмент у SMM.	27	34
4.	Маркетингова філософія.	27	34
5.	Маркетинговий аналіз.	27	34
Всього		134	170

Карта самостійної роботи студента

Змістовий модуль та теми курсу	Форми контролю	Бали	Термін виконання (тижні)
Змістовий модуль 1. Сутність, процес і організація маркетингового менеджменту			
Розуміння маркетингового менеджменту	Індивідуальний контроль на консультаціях, груповий і фронтальний контроль на лекційних і практичних заняттях	2	I
Процес маркетингового менеджменту	Індивідуальний контроль на консультаціях, груповий і фронтальний контроль на лекційних і практичних заняттях	2	II
Організація маркетингового менеджменту. Концептуальна база як основа організації маркетингового менеджменту	Індивідуальний контроль на консультаціях, груповий і фронтальний контроль на лекційних і практичних заняттях	2	III- IV
Всього: 42 год.	Всього: 5 балів		
Змістовий модуль 2. Маркетингові організаційні структури			
Створення маркетингових організаційних структур на підприємстві	Індивідуальний контроль на консультаціях, груповий і фронтальний контроль на лекційних і практичних заняттях	2	V-VI
Сутність і система маркетингового планування	Індивідуальний контроль на консультаціях, груповий і фронтальний контроль на лекційних і практичних заняттях	2	VII
Стратегії маркетингу	Індивідуальний контроль на консультаціях, груповий і фронтальний контроль на лекційних і практичних заняттях	2	VIII- IX
Всього: 40 год.	Всього: 5 балів		
Змістовий модуль 3. Маркетингове планування			
Маркетингове стратегічне планування	Індивідуальний контроль на консультаціях, груповий і фронтальний контроль на лекційних і практичних заняттях	2	X
Маркетингові програми	Індивідуальний контроль на консультаціях, груповий і фронтальний контроль на лекційних і практичних заняттях	2	XI-XII
Всього: 26 год.	Всього: 5 балів		
Змістовий модуль 4. Контроль та аналіз маркетингової діяльності			
Тактичне і оперативне планування маркетингу підприємства	Індивідуальний контроль на консультаціях, груповий і фронтальний контроль на лекційних і практичних заняттях	2	XIII
Контроль та аналіз маркетингової діяльності	Індивідуальний контроль на консультаціях, груповий і фронтальний контроль на лекційних і практичних заняттях	2	XIV-XV
Всього: 26 год.	Всього: 5 балів		
Разом за семестр: 134 год.	Разом за семестр: 20 балів		

КОНТРОЛЬ І ОЦІНКА ЯКОСТІ НАВЧАННЯ

Навчальна дисципліна оцінюється за модульно-рейтинговою системою.

Результати навчальної діяльності студентів оцінюються за 100-бальною шкалою в кожному семестрі окремо.

За результатами поточного, модульного та семестрового контролів виставляється підсумкова оцінка за 100-бальною шкалою, національною шкалою та шкалою ECTS.

Модульний контроль: кількість балів, які необхідні для отримання відповідної оцінки за кожен змістовий модуль упродовж семестру.

Семестровий (підсумковий) контроль: виставлення семестрової оцінки студентам, які опрацювали теоретичні теми, практично засвоїли їх і мають позитивні результати, набрали необхідну кількість балів.

Загальні критерії оцінювання успішності студентів, які отримали за 4-бальною шкалою оцінки «відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно», подано в таблиці нижче.

Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на семінарських, практичних, лабораторних заняттях, виконання самостійної роботи, індивідуальну роботу, модульну контрольну роботу.

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється в режимі комп'ютерної діагностики або з використанням роздрукованих завдань.

Реферативні дослідження та есе, які виконує студент за визначеною тематикою, обговорюються та захищаються на семінарських заняттях.

Загальні критерії оцінювання навчальних досягнень студентів

Оцінка	Критерії оцінювання
<i>«відмінно»</i>	Ставиться за повні та міцні знання матеріалу в заданому обсязі, вміння вільно виконувати практичні завдання, передбачені навчальною програмою; за знання основної та додаткової літератури; за вияв креативності в розумінні і творчому використанні набутих знань та умінь.
<i>«добре»</i>	Ставиться за вияв студентом повних, систематичних знань із дисципліни, успішне виконання практичних завдань, засвоєння основної та додаткової літератури, здатність до самостійного поповнення та оновлення знань. Але у відповіді студента наявні незначні помилки.
<i>«задовільно»</i>	Ставиться за вияв знання основного навчального матеріалу в обсязі, достатньому для подальшого навчання і майбутньої фахової діяльності, поверхову обізнаність із основною і додатковою літературою, передбаченою навчальною програмою. Можливі суттєві помилки у виконанні практичних завдань, але студент спроможний усунути їх із допомогою викладача.
<i>«незадовільно»</i>	Виставляється студентові, відповідь якого під час відтворення основного програмового матеріалу поверхова, фрагментарна, що зумовлюється початковими уявленнями про предмет вивчення. Таким чином, оцінка «незадовільно» ставиться студентові, який неспроможний до навчання чи виконання фахової діяльності після закінчення закладу вищої освіти без повторного навчання за програмою відповідної дисципліни.

**Загальна оцінка з навчальної дисципліни:
шкала оцінювання національна та ECTS**

Оцінка за 100-бальною системою		Оцінка за національною шкалою		Оцінка за шкалою ECTS	
		екзамен	залік		
90 – 100	<i>відмінно</i>	5	<i>зараховано</i>	A	<i>відмінно</i>
82 – 89	<i>добре</i>	4		B	<i>добре (дуже добре)</i>
75 – 81	<i>добре</i>	4		C	<i>добре</i>
64 – 74	<i>задовільно</i>	3		D	<i>задовільно</i>
60 – 63	<i>задовільно</i>	3		E	<i>задовільно (достатньо)</i>
35 – 59	<i>незадовільно</i>	2	<i>не зараховано</i>	FX	<i>незадовільно з можливістю повторного складання</i>
1 – 34	<i>незадовільно</i>	2		F	<i>незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни</i>

ПОЛІТИКА (ОЦІНЮВАННЯ) НАВЧАЛЬНОГО КУРСУ

Політика щодо дедлайнів та перескладання. Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається з дозволу навчальної частини за наявності поважних причин (наприклад, хвороба).

Політика щодо академічної доброчесності. Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 30%. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних пристроїв).

Політика щодо відвідування. Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в онлайн формі за погодженням із керівником курсу.

ПЕРЕВІРЕНО: _____
(посада, звання)

_____/_____
(підпис) (прізвище, ініціали)

«__» _____ 2022 року