**ВІДКРИТИЙ МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**РОЗВИТКУ ЛЮДИНИ «Україна»**

**ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**КАФЕДРА УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Проректор

з навчально-виховної роботи

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ О.П. Коляда

«\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_ р.

**СИЛАБУС**

**навчальної дисципліни**

**ВК 2.5 ІМІДЖЕЛОГІЯ ТА РИТОРИКА** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(шифр і назва навчальної дисципліни)

\_\_ Публічне управління та адміністрування\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(назва освітньої програми)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ бакалавр \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(назва освітнього рівня)

Обсяг кредитів: \_\_\_\_\_4 (120)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Форма підсумкового контролю: \_\_залік\_\_\_

**Київ 2020 рік**

|  |  |
| --- | --- |
| **ІНФОРМАЦІЯ**  **ПРО ВИКЛАДАЧА ТА ДОПОМІЖНИХ ОСІБ** | |
| Викладач | Кондукоцова Неля Валеріївна, доцент кафедри управління та адміністрування, к.е.н. |
| Асистент викладача | Семененко Олена Володимирівна |
| Практики, представники  бізнесу, фахівці,  залучені до викладання |  |
| Профайл викладача | [*https://vo.uu.edu.ua/user/profile.php?id=30221*](https://vo.uu.edu.ua/user/profile.php?id=30221) |
| Профайл асистента | [*https://vo.uu.edu.ua/user/profile.php?id=43871*](https://vo.uu.edu.ua/user/profile.php?id=43871) |
| Канали комунікації | *Телефон деканату:*  *Телефон викладача: 0954757438*  *Електронна пошта: knelyavp@ukr.net*  *Вайбер: 0954757438*  *Кабінет (електронний кабінет): 405 (ІІ корпус)* |
| Матеріали до курсу розміщені на сайті Інтернет-підтримки навчального процесу <http://vo.ukraine.edu.ua/> за адресою | <http://vo.ukraine.edu.ua/course/view.php?id=9876> |

**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 – 4 | **Галузь знань**  07 Управління та адміністрування  (шифр і назва) | **Вид дисципліни**  вибіркова | | |
| **Спеціальність**  281 Публічне управління та адміністрування  (шифр і назва) | **Цикл підготовки**  професійний  (загальний чи професійний) | | |
| Модулів – 2 | **Спеціалізація** | **Рік підготовки:** | | |
| Змістових модулів – 2 | 4-й | | 2-й |
| Індивідуальна навчально-дослідна робота  реферат  (назва) | **Мова викладання, навчання та оцінювання:**  українська\_\_\_\_\_\_\_  (назва) | **Семестр** | | |
| Загальний обсяг годин – 120 | 7-й | | 4-й |
| **Лекції** | | |
| Тижневих годин для денної форми навчання:  аудиторних – 4  самостійної роботи студента – 4 | **Освітній ступінь / освітньо-кваліфікаційний рівень:**  Бакалавр | 30 год. | | 20 год. |
| **Практичні, семінарські** | | |
| 30 год. | | 10 год. |
| **Лабораторні** | | |
| - год. | | - год. |
| **Самостійна робота** | | |
| 60 год. | | 90 год. |
| **ІНДЗ:** | | |
| **Вид семестрового контролю:** залік | | |

**ПЕРЕДРЕКВІЗИТИ:**

Менеджмент, Психологія, Організаційна поведінка.

**ПОСТРЕКВІЗИТИ:**

Самоменеджмент, Теорія лідерства, Політичне лідерство, Етика державного службовця.

**МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ:** розкрити за допомогою лекційних та семінарських занятьзакономірності створення та функціонування іміджу, як складного соціально-психологічного феномену.

**ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ:** формування уявлення про психічне та психологічне підґрунті іміджу, як активного і дійового суб’єктивного образу; розширення світоглядного і професійного горизонту, в результаті ознайомлення з закономірностями та особливостями створення та функціонування іміджів; ознайомлення з структурними компонентами, які формують імідж суб’єкта чи об’єкта та їх взаємозв’язком; набуття студентами навичок створення та корегування власного іміджу відповідно власних психічних властивостей та поставленої мети; набуття студентами навичок аналізу, пояснення і використання в практичній діяльності особливостей прояву іміджу інших суб’єктів.

**ПЕРЕЛІК ЗАГАЛЬНИХ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ, ЯКІ ЗАБЕЗПЕЧУЄ ДИСЦИПЛІНА**

* здатність реалізувати свої права і обов’язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні;
* здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями;
* знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності;
* здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;
* здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності);
* здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

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

* вміти створювати особистий імідж;
* володіти механізмами впливу імідж свідомість;
* володіти навичками колористики та стилістики;
* володіти навичками сучасного іміджмейкера зі створення іміджу фірми, корпорації крізь призму людського фактора.

**ПЕРЕЛІК ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ, ЯКІ ЗАБЕЗПЕЧУЄ ДИСЦИПЛІНА**

**СТРУКТУРА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

* аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності;
* пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб’єкта;
* виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним;
* демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

**Тематичний план**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Назви змістових модулів і тем | Розподіл годин між видами робіт | | | | | | | | | | | | | | | | Форми та методи контро  лю 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**. **Теоретикометодологічна база іміджелогії** | | | | | | | | | | | | | | | | |  |
| Тема 1. Поняття про імідж | 12 | 3 |  | 2 |  |  | 7 | 12 | 2 |  | 1 |  | |  | | 9 | АР: +  СР: + |
| Тема 2. Психологія іміджу та іміджелогія: науковий та прикладний аспект дослідження іміджу | 12 | 3 |  | 1 |  |  | 8 | 12 | 2 |  | 1 |  | |  | | 9 | АР:+  СР:+ |
| Тема 3. Соціально-психологічна природа іміджу | 12 | 3 |  | 1 |  |  | 8 | 12 | 2 |  | 1 |  | |  | | 9 | АР:+  СР:+ |
| Тема 4. Види іміджу: предметний, груповий, корпоративний та індивідуальний | 12 | 3 |  | 2 |  |  | 7 | 12 | 2 |  | 1 |  | |  | | 9 | АР:+  СР:+ |
| Тема 5. Поліфункціональність іміджу | 10 | 3 |  | 1 |  |  | 6 | 10 | 2 |  | 1 |  | |  | | 7 | АР:+  СР:+ |

*Продовження Табл. 1*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | | 11 | | | 12 | 13 | | | 14 | | 15 | 16 |
| Модульний контроль | 2 |  |  |  | |  |  | 2 | 2 |  | |  | | |  |  | | |  | | 2 | МК-І |
| **Разом за змістовим модулем 1** | **60** | **15** |  | **7** | |  |  | **38** | **60** | **10** | |  | | | **5** |  | | |  | | **45** |  |
| **Змістовий модуль 2.** **Прикладна іміджелогія: психологія та мистецтво створення іміджу** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Тема 6. Створення індивідуального іміджу: особистісний і професійний аспект | 10 | 2 |  | | 2 |  |  | 6 | 10 | | 2 | |  | 1 | | |  |  | | 7 | | АР:+  СР:+ |
| Тема 7.  Фактори, що впливають на формування індивідуального іміджу | 10 | 3 |  | | 1 |  |  | 6 | 10 | | 2 | |  | 1 | | |  |  | | 7 | | АР:+  СР:+ |
| Тема 8. Принципи і етапи і засоби створення корпоративного іміджу | 10 | 2 |  | | 1 |  |  | 7 | 10 | | 2 | |  | 1 | | |  |  | | 7 | | АР:+  СР:+ |
| Тема 9. Засоби і методи підтримки та покращення іміджу | 10 | 3 |  | | 1 |  |  | 6 | 10 | | - | |  | 1 | | |  |  | | 9 | | АР:+  СР:+ |
| Тема 10. Побудова ефективного іміджу | 10 | 2 |  | | 1 |  |  | 7 | 10 | | 2 | |  | - | | |  |  | | 7 | | АР:+  СР:+ |
| Тема 11. Особливості створення ділового іміджу | 8 | 3 |  | | 2 |  |  | 3 | 8 | | 2 | |  | 1 | | |  |  | | 5 | | АР:+  СР:+ |
| Модульний контроль 2 | 2 |  |  | |  |  |  | 2 | 2 | |  | |  |  | | |  |  | | 2 | | МК-ІІ |
| **Разом за змістовим модулем 2** | **60** | **15** |  | | **8** |  |  | **37** | **60** | | **10** | |  | **5** | | |  |  | | **45** | |  |
| **Усього годин** | **120** | **30** |  | | **15** |  |  | **75** | **120** | | **20** | |  | **10** | | |  |  | | **90** | |  |

**Примітки:** *АР – аудиторна робота, СР – самостійна робота, ІНДЗ – індивідуальне завдання., МК- модульній контроль*

**ФОРМИ І МЕТОДИ НАВЧАННЯ**

За джерелом інформації методи та форми організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності представлені:

* словесні: лекція (традиційна, проблемна тощо) із застосуванням комп'ютерних інформаційних технологій (презентація PowerPoint), семінари, пояснення, розповідь, бесіда;
* наочні: спостереження, ілюстрація, демонстрація;
* практичні: ситуаційні вправи.

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

За ступенем самостійності мислення - репродуктивні, пошукові, дослідницькі.

За ступенем керування навчальною діяльністю - під керівництвом викладача; самостійна робота студентів із сучасною літературою та підручниками; виконання індивідуальних навчальних проектів.

Для стимулювання інтересу до навчання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності будуть використані навчальні дискусії, створення ситуацій зацікавленості (метод цікавих аналогій тощо), приклад успішного досвіду.

Інклюзивні методи навчання представлені:

1. Методами формування свідомості: бесіда, диспут, лекція, приклад, пояснення.

2. Методом організації діяльності та формування суспільної поведінки особистості: ситуаційні вправи, приклад.

3. Методами мотивації та стимулювання: вимога, громадська думка.

4. Методом самовиховання: самопізнання, самооцінювання, самореалізація.

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

**РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**

**Основна**

1. Горчакова В. Прикладная имиджелогия : учеб. пособ. / В. Горчакова. – М. : Академ. проект, 2007. – 400 с.
2. Катлипп С. М. Паблик рилейшнз: теория и практика : учеб. пособ. / С. М. Катлипп, А. Х. Сентер, Г. М. Брум. – М. : Издат. дом «Вильямс», 2001. – 624 с.
3. Ковальчук А. С. Основы имиджелогии и делового общения : учеб. пособ. для студ. вузов / А. С. Ковальчук. – Ростов н/Д : Феникс, 2003. – 224 с.
4. Королько В. Г. Паблік рілейшнз: наукові основи, методика, практика : підручн. / В. Г. Королько. – К. : Видавн. дім «Скарби», 2001. – 400 с.
5. Лысикова О. В. Имиджелогия и паблик рилейшнз в социокультурной сфере : учеб. пособ. / О. В. Лысикова, Н. П. Лысикова. – М. : Флинта, 2006. – 238 с.
6. Мойсеєв В. А. Паблік рілейшнз : навч. посіб. / В. А. Мойсеєв. – К. : Академвидав, 2007. – 224 с.
7. Палеха Ю. І. Іміджологія : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Ю. І. Палеха. – К. : Вид-во Європейського ун-ту, 2005. – 324 с.
8. Перелыгина Е. Б. Психология имиджа : учеб. пособ. / Е. Б. Перелыгина. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 223 с.
9. Почепцов Г. Г. Имиджелогия / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл.-бук. ; К. : Ваклер, 2000. – 768 с.
10. Смирнова Т. Моделювання рекламного іміджу : навч. посіб. / Т. Смирнова. – К. : КНУ ім. Т. Шевченка, 2005. – 166 с.
11. Чумиков А. Н. Связи с общественностью / А. Н. Чумиков. – М. : Дело, 2000. – 268 с.
12. Шепель В. Имиджелогия: как нравиться людям / В. Шепель. – М. : Народное образование, 2002. – 576 с.

**Інформаційні ресурси**

1. Имидж : [краткий словарь] [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.personalstyle.ru/company/actions>.
2. Имиджелогия : словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://evartist.narod.ru/text9/25.htm>.
3. Краткий политологический словарь / сост. и общ. ред. Л. А. Оникова, Н. В. Шишлина. – М. : Политиздат, 1989. – 623 с.
4. Крысько В. Г. Социальная психология : словарь-справочник / В. Г. Крысько. – Минск : Харвест ; М. : ACT, 2001. – 688 с.
5. Немов Р. Психологический словарь / Р. Немов. – М. : Гуманит. издат. центр «ВЛАДОС», 2007. – 560 с.
6. Новейший словарь иностранных слов и выражений / сост. Ю. Г. Хацкевич. – М. : АСТ ; Минск : Харвест, 2007. – 976 с.
7. Панасюк А. Ю. Имидж : энциклопедический словарь / А. Ю. Панасюк. – М. : РИПОЛ Классик, 2007. – 768 с.
8. Психологический словарь / под ред. В. П. Зинченко, Б. Г. Мещерякова. – М. : Педагогика-Пресс, 1999. – 440 с.
9. Психология : словарь / под общ. ред. A. B. Петровского, М. Г. Ярошевского. – М. : Политиздат, 1990. – 494 с.
10. Реклама от «А» до «Я» : словарь рекламных терминов / под ред. Н. С. Пушкарева. – Казань : Казанский ун-т, 1992. – 198 с.
11. Словарь по имиджелогии [Электронный ресурс] / сост. Т. Быстрова. – Режим доступа : [http://www.taby27.ru/studentam\_aspirantam/image\_wse/ image\_glossary.html](http://www.taby27.ru/studentam_aspirantam/image_wse/%20image_glossary.html).
12. Словник термінів ринкової економіки / під заг. ред. В. І. Науменка. – К. : Глобус, 1996. – 304 с.
13. Социальная психология : словарь / ред.-сост. Л. А. Карпенко ; под общ. ред. А. В. Петровского. – М. : ПЕР СЭ, 2006. – 176 с.
14. Социология : энциклопедия / cост. А. А. Грицанов, В. Л. Абушенко, Г. М. Евелькин и др. – Минск : Книжный Дом, 2003. – 1312 с.
15. Філософський словник соціальних термінів / за ред. В. П. Андрущенка. – К. ; Х. : Р.И.Ф., 2005. – 672 с.
16. Энциклопедический словарь PR и рекламы: 700 терминов [Электронный ресурс] / сост. C. Ильинский. – 180 с. – Режим доступа : [www.frank.deutschesprache.ru](http://www.frank.deutschesprache.ru/).
17. A dictionary of the social science / ed. by J. Gould, W. L. Kolb. – Lnd. : Tavistok, 1964. – 764 p.
18. The international encyclopedia of the social sciences / ed. by D. Sills. – N. Y. : McMillan Press, 1968.
19. http://advertology.ru/article.
20. http://www.apkmarket.ua.
21. http://www.business.ua.
22. http://[www.createbrand.ru](http://www.createbrand.ru).
23. <http://www.creatiff.ru/read/article>/.
24. http://www.evartist.narod.ru/text.
25. http://www.konsaltinggrup.ua.
26. http://www.kreakratia.ru/page.asp?m.
27. http://[www.owl.ru/content/smi/p.](http://www.owl.ru/content/smi/p.-)

**САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТІВ**

**Теми самостійної роботи студентів**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №  з/п | Назва теми | Кількість  годин |
| 1 | Зв'язок психології іміджу з іншими галузями та напрямками психології | 7 |
| 2 | Категоризація, як засіб сприйняття іміджу | 8 |
| 3 | Предметний імідж: суть, особливості створення позитивного іміджу предмета | 8 |
| 4 | Врахування анатомічних та психофізіологічних характеристик об’єкту при створенні відповідного іміджу | 7 |
| 5 | Психологічний зміст кольорів одягу та правила їх поєднання | 6 |
| 6 | Особливості мови і мовлення: культура мовлення та груповий і професійний сленг | 6 |
| 7 | Реклама і використання засобів масової інформації у створенні іміджу | 6 |
| 8 | Власний імідж, як імідж особистості та професіонала | 7 |
| 9 | Імідж професії | 6 |
| 10 | Імідж корпорації | 7 |
| 11 | Врахування репутації та інших характеристик об’єкту при створенні відповідного іміджу | 3 |
|  | **Разом** | **75** |

**КАРТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Змістовий модуль та теми курсу | Академічний контроль | Бали | | Термін  виконання (тижні) |
| **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ І.**  **Теоретикометодологічна база іміджелогії** | | | | |
| Тема 1.Поняття про імідж (\_7\_ год.) | Практичне заняття | 0,5 | | І-ІІ |
| Тема 2. Психологія іміджу та іміджелогія: науковий та прикладний аспект дослідження іміджу (\_8\_ год.) | Практичне заняття | 0,5 | | ІІ-ІІІ |
| Тема 3. Соціально-психологічна природа іміджу(\_8\_год.) | Практичне заняття | 1 | | ІІІ-ІV |
| Тема 4. Види іміджу: предметний, груповий, корпоративний та індивідуальний (\_7\_год.) | Практичне заняття | 0,5 | | ІV-V |
| Тема 5. Поліфункціональність іміджу(\_6\_год.) | Практичне заняття, підсумкова модульна контрольна робота | 0,5  МК-5 | | V-VIІ |
| *Всього: \_38\_ год.* | *Всього: 8 балів* | | | |
| **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ ІІ.**  **Прикладна іміджелогія: психологія та мистецтво створення іміджу** | | | | |
| Тема 6. Створення індивідуального іміджу: особистісний і професійний аспект(\_6\_ год.) | Практичне заняття | | 0,5 | VII-VІII |
| Тема 7. Фактори, що впливають на формування індивідуального іміджу  (\_6\_ год.) | Практичне заняття | | 1 | VІII-IX |
| Тема 8.Принципи і етапи і засоби створення корпоративного іміджу (\_7\_ год.) | Практичне заняття | | 1 | IX-XI |
| Тема 9.Реінжиніринг та інноваційні ділові процеси (Співвідношення інжинірингу та реінжинірингу) (\_6\_ год.) | Практичне заняття | | 1 | XI-XII |
| Тема 10. Побудова ефективного іміджу (\_7 год.) | Практичне заняття | | 0,5 | XII-XIII |
| Тема 11. Особливості створення ділового іміджу (\_3\_ год.) | Практичне заняття, підсумкова модульна контрольна робота | | 1  МК-5 | XIV-XVI |
| *Всього: \_37\_ год.* | *Всього: 10 балів* | | | |
| ***Разом: \_75\_ год.*** | ***Разом: 18 балів*** | | | |

**КОНТРОЛЬ І ОЦІНКА ЯКОСТІ НАВЧАННЯ**

|  |  |
| --- | --- |
| Оцінювання досягнень студента | 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: студенту необхідно набрати мінімум 20 балів з кожного з двох Змістовних Модулів, 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. Складається з суми балів за кожен з двох Змістовних Модулів.  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 лекційних, практичних, виконання індивідуальної роботи (реферат),практичних завдань, модульного тестового контролю.  Виконання модульних практичних завдань, тестових робіт здійснюється в режимі комп’ютерної діагностики на платформі Moodle.  Реферативні дослідження та есе, які виконує студент за визначеною тематикою, обговорюються та захищаються на практичних заняттях або шляхом виконання Завдання на платформі Moodle.  Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля. |

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

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

|  |  |
| --- | --- |
| **Оцінка** | **Критерії оцінювання** |
| ***«відмінно»*** | 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. |
| ***«добре»*** | 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. |
| ***«задовільно»*** | 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. |
| ***«незадовільно»*** | 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. |

**ПОЛІТИКА НАВЧАЛЬНОГО КУРСУ**

|  |  |
| --- | --- |
| Крайні терміни складання та перескладання дисципліни | *Перескладання здійснюється відповідно до графіка* |
| Правила академічної доброчесності | *Перевірка навчальних робіт на плагіат (згідно Положення про академічну доброчесність і Положення про запобігання та виявлення академічного плагіату в наукових, навчально-методичних, кваліфікаційних та навчальних роботах)* |
| Вимоги до відвідування | *Пропущені заняття (лікарняні, мобільність і т.ін.) можна відпрацювати, виконавши всі завдання, зазначені в інструкціях до практичних занять, переслати в електронному варіанті на електронну пошту. Здобувачі вищої освіти можуть отримати електронні презентації лекцій і самостійно ознайомитись із матеріалом при об'єктивних причинах пропуску занять.* |

**ПЕРЕВІРЕНО:**

(посада, звання)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_)

(підпис) (прізвище та ініціали)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ р.