

# СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ ВІЛЬНОГО ВИБОРУ ЗДОБУВАЧІВ «МЕРЧАНДАЙЗИНГ»

<b>Лектор курсу</b>			Сьомкіна Тетяна Віталіївна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу				
<b>Контактна інформація лектора (e-mail),</b>			<a href="mailto:syomkina@duikt.ua">syomkina@duikt.ua</a>				
<b>Сторінка курсу в Google Classroom</b>			<a href="https://classroom.google.com/c/NzEwNzc0MjMxOTkz">https://classroom.google.com/c/NzEwNzc0MjMxOTkz</a>				
<b>Дисципліна вільного вибору здобувачів</b>							
<b>Обсяг:</b>	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:				
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка
	5	150	18	-	36	-	96

## АНОТАЦІЯ КУРСУ

<b>Мета курсу:</b>	формування у студентів компетентностей з вирішення проблем щодо управління та придбання теоретичних знань, практичних умінь і навичок у сфері мерчандайзингу						
<b>В результаті вивчення дисципліни здобувач має знати</b>				<b>В результаті вивчення дисципліни здобувач має вміти</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- концептуальні основи маркетингу торгівлі;</li> <li>- сукупність досліджень і прикладних методів, застосовуваних разом чи порізно ритейлорами та виробниками з метою підвищення рентабельності торгової;</li> <li>- особливості основних аспектів мерчандайзингу;</li> <li>- сукупність засобів і способів, що допомагають товару бути проданим в торговій точці;</li> <li>- виявлення конструктивних особливостей торговельного обладнання та принципів його розташування в торговельному залі;</li> <li>- концептуальні підходи сутності мерчандайзингу;</li> <li>- види мерчандайзингових заходів;</li> <li>- специфіку організації мерчандайзингових заходів</li> <li>- особливості управління ротацією товарів, товарних категорій,</li> <li>- специфіку організації атмосфери торговельних точок;</li> <li>- історію становлення мерчандайзингу в Україні та за кордоном, а також сучасні тенденції розвитку мерчандайзингової діяльності;</li> <li>- інтегровані маркетингові комунікації в місцях продажу</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>- володіти навичками створення сприятливих умов для купівлі;</li> <li>- вміти розробити та застосувати засоби і методи мерчандайзингу для просування окремих товарів або їх комплексів;</li> <li>- вміти раціонально планувати торговий зал;</li> <li>- вміти розміщувати торговельне обладнання і товари в торговому залі ; обирати форму організації атмосфери магазину;</li> <li>- застосовувати сучасні технології та методичні прийоми організації мерчандайзингу</li> <li>- організовувати мерчандайзингові заходи</li> <li>- проводити оцінку ефективності мерчандайзингових заходів;</li> <li>- застосовувати засоби ротації товарів та товарних категорій;</li> <li>- вміти аналізувати поведінку споживачів.</li> </ul>			

## ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми, оцінювання за тему	Вид заняття	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
<b>Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ.</b>		
<b>Тема 1. Теоретичні та методологічні принципи та основи мерчандайзингу.</b>	Лекція 1 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
<b>Знати:</b> основні концепції мерчандайзингу, основи психології як засади формування теорії мерчандайзингу.	Практичне заняття 1 2 год.	Усне опитування. Рольова гра «Мерчандайзер». Навчальна дискусія: Як змінилися концепції мерчандайзингу в епоху електронної комерції?

<p><b>Вміти:</b> розумітися на основних концепціях мерчандайзингу  <b>Рекомендовані джерела:</b> 1-11</p> <p><b>Оцінювання за тему = 8 балів</b></p>	<p>Самостійна робота 8 год</p>	<p>Підготувати письмову обґрунтовану відповідь.  Уявіть себе мерчандайзером у великій торговій мережі. Які три основні цілі ви б визначили для своєї роботи?  Форма виконання: текстовий документ (2-3 сторінки).  Підготувати доповідь на тему: «Які з принципів маркетингового міксу мають найбільший вплив у контексті мерчандайзингу».</p>
<p><b>Тема 2. Психологічні аспекти мерчандайзингу.</b></p> <p><b>Знати:</b> психологічні аспекти мерчандайзингу, принципи які забезпечують ефективний продаж товарів; особливості та психологічні аспекти поведінки покупців.  <b>Вміти:</b> застосовувати основні принципи психології при плануванні та виконанні мерчандайзингових заходів; застосовувати мерчандайзингові, психологічні засоби впливу на споживача та моделі 4P, 6P, 8P, 11P.  <b>Рекомендовані джерела:</b> 1-11</p> <p><b>Оцінювання за тему = 14 балів</b></p>	<p>Лекція 2 2 год.</p>	<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p>
	<p>Практичне заняття 2 2 год.</p>	<p>Усне опитування. Презентації з доповідями за індивідуальним завданням. Дискусія: «Як психологічні аспекти мерчандайзингу формують лояльність споживача?» Кейс. Компанія "Номенар". Завдання: віднести слова до позитивних та негативних емоцій для обґрунтування слоганів. Обговорення ситуації: Сполучуваність і перетворення кольорів.</p>
	<p>Практичне заняття 3 2 год.</p>	<p>Усне опитування. Навчальна дискусія «Як кожен елемент (продукт, ціна, місце, просування тощо) впливає на споживача». Обговорення: Методи маркетингового дослідження для роздрібного торговця (4-P, 6-P, 11-P). Презентації з доповідями за індивідуальним завданням.</p>
	<p>Практичне заняття 4 2 год.</p>	<p>Усне опитування. Рольова гра «Покупець і мерчандайзер». Аналіз реакції покупців на різні елементи мерчандайзингу. Презентації з доповідями за індивідуальним завданням.</p>
	<p>Самостійна робота 7 год</p>	<p>Відвідайте будь-який магазин чи супермаркет і зверніть увагу на такі аспекти: Як розташовані товари і які психологічні методи використовуються для залучення уваги (наприклад, eye catching викладка, контраст кольорів). Які рекламні елементи викликають довіру або бажання придбати товар. Форма виконання: звіт із нотатками та фото (1-2 сторінки)  Підготувати презентацію на одну з обраних тем:  Аналіз викладки товарів з точки зору психології покупців.  Особливості та психологічні аспекти поведінки покупців: Імпульсивні покупки</p>
<p><b>Тема 3. Задачі мерчандайзингу в маркетинговому середовищі.</b></p> <p><b>Знати:</b> задачі та цілі мерчандайзингу в маркетинговому середовищі, маркетингові інструменти для досягнення цілей мерчандайзингу.  <b>Вміти:</b> створювати стратегії мерчандайзингу в маркетинговому середовищі.  <b>Рекомендовані джерела:</b> 1-11</p> <p><b>Оцінювання за тему = 11 балів</b></p>	<p>Лекція 3 2 год.</p>	<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p>
	<p>Практичне заняття 5 2 год.</p>	<p>Усне опитування. Модерована дискусія: Як ефективна взаємодія в маркетинговому середовищі сприяє успіху бізнесу?</p>
	<p>Практичне заняття 6 2 год.</p>	<p>Усне опитування. Обговорення: Вплив сезонності на мерчандайзинг. Навчальна дискусія: Роль мерчандайзингу в маркетинговій стратегії компанії.</p>
	<p>Самостійна робота 8 год</p>	<p>Напишіть есе на тему: "Як ефективна взаємодія в маркетинговому середовищі сприяє успіху бізнесу?" Вкажіть конкретні приклади з теоретичної та практичної частин завдання. Форма виконання: текстовий документ (2-3 сторінки).</p>
<p><b>Тема 4. Торгове підприємство та його види. Обладнання торговельної зали, класифікація, види, функції.</b></p>	<p>Лекція 4 2 год.</p>	<p>Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів</p>
	<p>Практичне заняття 7 2 год.</p>	<p>Дослідницька частина (міні-опитування) - проведіть невелике опитування серед 5-10 людей: Які елементи оформлення магазину вони вважають найпривабливішими?</p>

<p><b>Знати:</b> класифікацію торгових підприємств, види та функції обладнання у торговельній залі; чуттєві компоненти магазину та принципи їх використання.</p> <p><b>Вміти:</b> правильно та ефективно розміщувати торгове та рекламне обладнання у торговельній залі; ефективно застосовувати візуальний, звуковий, текстурний, ароматичний, смаковий, кінестетичний та емоційний ефекти.</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> 1,2</p> <p><b>Оцінювання за тему = 12 балів</b></p>	<p>Практичне заняття 8 2 год.</p>	<p>Усне опитування. Дискусія: Яке торгове обладнання є найбільш важливим для успішного функціонування сучасного торгового підприємства? Навчальні дискусії: Етичні аспекти використання сенсорних стимулів. Перспективи розвитку сенсорного маркетингу. Презентації з доповідями за індивідуальним завданням.</p>
	<p>Самостійна робота 7 год</p>	<p>Розробити план торговельної зали, враховуючи: види обладнання, які потрібно використати; розташування обладнання для максимального комфорту покупців; зони обслуговування клієнтів (касові зони, примірочні тощо); обґрунтуйте вибір обладнання та його функції. Підготувати презентацію на одну з обраних тем (із власноруч зробленими фотографіями або відео та описами):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Приклади застосування кольорів у формуванні атмосфери точки продажів</li> <li>2. Приклади застосування аромерчандайзинга у формуванні атмосфери точки продажів</li> <li>3. Приклади застосування звукосемантики у формуванні атмосфери точки продажів</li> <li>4. Модель досягнення сенсорного впливу Бернда Шмітту</li> <li>5. Застосування засобів сенсорного маркетингу в інклюзивному середовищі</li> </ol>
<p><b>Тема 5. Товар в системі мерчандайзингу. Товарний асортимент.</b></p> <p><b>Знати:</b> групи товарів за видом попиту, види мотивації до покупки, стадії процесу покупки всередині магазину.</p> <p><b>Вміти:</b> правильно та ефективно розміщувати торгове та рекламне обладнання у торговельній залі.</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> 1,2</p> <p><b>Оцінювання за тему = 11 балів</b></p>	<p>Лекція 5 2 год.</p>	<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p>
	<p>Практичне заняття 9 2 год.</p>	<p>Усне опитування. Презентації з доповідями за індивідуальним завданням. Обговорення: «Які фактори необхідно враховувати при розширенні або зменшенні асортименту».</p>
	<p>Практичне заняття 10 2 год.</p>	<p>Усне опитування, тестування, навчальна дискусія: «Уявіть, що ви працюєте мерчандайзером у популярному магазині. Як ви обиратимете товар для продажу, враховуючи потреби різних груп споживачів?»</p>
	<p>Самостійна робота 8 год</p>	<p>Виберіть магазин чи бренд (можна онлайн-магазин або фізичний) і проведіть аналіз його товарного асортименту. Оцініть ширину (кількість товарних груп) та глибину (кількість варіантів товару в кожній категорії). Проаналізуйте, чи є асортимент вдалим з точки зору потреб цільової аудиторії, трендів і конкуренції. Визначте, які категорії товарів можна розширити, а які потребують скорочення чи зміни. Складіть звіт, в якому представите результати аналізу і свої рекомендації щодо вдосконалення асортименту.</p>
<p><b>Тема 6. Правила пакування та маркування товару. Кодування товарів.</b></p> <p><b>Знати:</b> типи та вимоги до пакування, правила маркування для експорту;</p> <p><b>Вміти:</b> розумітися на пакуванні, маркуванні та кодуванні товарів.</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> 1,2</p> <p><b>Оцінювання за тему = 12 балів</b></p>	<p>Лекція 6 2 год.</p>	<p>Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів</p>
	<p>Практичне заняття 11 2 год.</p>	<p>Усне опитування, тестування, навчальна дискусія, обговорення ситуаційного завдання. Напишіть есе на тему: "Чому правильне пакування та маркування товару є важливим для споживача та бізнесу?"</p>
	<p>Практичне заняття 12 2 год.</p>	
	<p>Самостійна робота 8 год</p>	<p>Виберіть один товар із магазину (можна використовувати інтернет-магазини) і проаналізуйте його упаковку та маркування: Чи відповідає упаковка вимогам (матеріали, безпека, естетичний вигляд)? Чи є всі необхідні елементи маркування (шрифт, текст, знаки, штрих-коди, QR- коди)? Зробіть фото упаковки та коротко опишіть, що могло б бути покращено.</p>
<p><b>Тема 7. Правила розміщення POS-матеріалів.</b></p>	<p>Лекція 7 2 год.</p>	<p>Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів</p>

<p><b>Знати:</b> фактори які впливають на формування ціни, основні положення її розрахунку, психологічні фактори ціноутворення.</p> <p><b>Вміти:</b> використовувати методи визначення ціни, правильно оформлювати POS-матеріали та розміщувати цінники на товарах, полицях.</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> 1-11</p>	<p>Практичне заняття 13 2 год.</p>	<p>Усне опитування, тестування, навчальна дискусія: «Які помилки найчастіше робляться при розміщенні рекламних матеріалів, і як їх уникнути?». Обговорення психологічного впливу правильно розміщених POS-матеріалів на покупців.</p>
	<p>Самостійна робота 8 год</p>	<p>Підготувати презентацію на одну з обраних тем: Законодавчі та етичні аспекти розміщення POS-матеріалів. Роль POS-матеріалів у сезонних акціях і розпродажах. Інтерактивні POS-матеріали: технології майбутнього</p>
<p><b>Оцінювання за тему = 10 балів</b></p>		
<p><b>Тема 8. Комунікаційна політика в мерчандайзингу.</b></p> <p><b>Знати:</b> цілі та задачі комунікаційної політики в мерчандайзингу, види комунікації.</p> <p><b>Вміти:</b> враховувати потреби та очікування ЦА, організувати комунікації та реклами в торговій залі.</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> 1-11</p>	<p>Лекція 8 2 год.</p>	<p>Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів</p>
	<p>Практичне заняття 14 2 год.</p>	<p>Усне опитування, тестування. Презентації з доповідями за індивідуальним завданням. Аналіз кейсу: Реальний або вигаданий бренд (магазин одягу, косметики, електроніки тощо). Проаналізувати існуючу комунікаційну політику цього бренду в межах мерчандайзингу (як вони використовують рекламу, викладку товару, промоакції, взаємодію з клієнтами). Визначити сильні та слабкі сторони поточної стратегії</p>
	<p>Практичне заняття 15 2 год.</p>	<p>Усне опитування. Навчальна дискусія: Вплив комунікації на сприйняття бренду в місцях продажу. Презентації з доповідями за індивідуальним завданням.</p>
	<p>Самостійна робота 8 год</p>	<p>Дослідницьке завдання (опитування та аналіз результатів). Проведіть невелике опитування серед 5-10 осіб (однолітків, друзів або знайомих), щоб дізнатися: Як часто вони звертають увагу на рекламні матеріали в магазинах? Які види комунікацій (знижки, реклама на полицях, акції) найбільше впливають на їхнє рішення про покупку? Складіть короткий звіт з аналізом отриманих результатів.</p>
<p><b>Оцінювання за тему = 10 балів</b></p>		
<p><b>Тема 9. Використання торговельної зали. Правила представлення товару. Мерчандайзингові підходи до викладки товарів.</b></p> <p><b>Знати:</b> види та принципи викладки товарів на торговельно-технологічному обладнанні у торговій залі магазину; розташування товарів на полицях, вітринах та інших місцях в торговій залі, яке сприяє продажам і забезпечує легкий доступ до товарів</p> <p><b>Вміти:</b> розподіляти торгову залу магазину на зони, адекватні поведінці покупців, розміщувати товари у торговій залі; представляти сезонні товари, використовувати кольори та дизайн для привернення уваги покупців.</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> 1-11</p>	<p>Лекція 9 2 год.</p>	<p>Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів</p>
	<p>Практичне заняття 16 2 год.</p>	<p>Усне опитування, тестування. Презентації з доповідями за індивідуальним завданням. Аналіз кейсу: Виберіть реальний або вигаданий бренд (магазин одягу, косметики, електроніки тощо). Проаналізуйте існуючу комунікаційну політику цього бренду в межах мерчандайзингу (як вони використовують рекламу, викладку товару, промоакції, взаємодію з клієнтами). Визначте сильні та слабкі сторони поточної стратегії</p>
	<p>Практичне заняття 17 2 год.</p>	<p>Усне опитування, тестування, навчальна дискусія: «Які елементи торговельної зали є найбільш важливими для формування позитивного досвіду покупця? Як правильно використовувати простір для забезпечення зручності та комфорту клієнтів?»</p>
	<p>Практичне заняття 18 2 год.</p>	<p>Усне опитування. Дослідницька частина. За результатами відвідання магазину (супермаркет, магазин одягу, техніки тощо) та проведення огляду торговельної зали, здійснення оцінки - як виконуються правила представлення товару в магазині, звертаючи увагу на викладку товарів за категоріями. Зонування простору для покупців (проходи, зони для акційних товарів). Залучення уваги за допомогою кольорів, освітлення та іншого декору.</p>
	<p>Самостійна робота 8 год</p>	<p>Охарактеризуйте основні мерчандайзингові підходи до викладки товарів: За категоріями товарів (принцип категорійної викладки). За кольорами та розмірами (принцип кольорового і розмірного контрасту).</p>
<p><b>Оцінювання за тему = 13 балів</b></p>		

За популярністю та сезонністю товарів (принцип управління попитом).  
 Розгляньте, як мерчандайзинг впливає на вибір споживача в контексті викладки товарів.  
 Підготувати презентацію на одну з обраних тем:  
 Основи організації торговельного простору: принципи та технології  
 Зонування торговельної зали: як правильно організувати простір для ефективного продажу.  
 Тренди у мерчандайзингу: що потрібно знати для організації сучасної торговельної зали.  
 Мерчандайзинг для роздрібних магазинів і супермаркетів: принципи та відмінності.

### МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран. Комп'ютерний клас для проведення практичних занять. Програмне забезпечення: ОС Windows, MS Office, доступ до онлайн-додатків, періодичних видань та інших інтернет-джерел, до електронної бібліотеки ДУІКТ, до віртуального навчального середовища Google Workspace for Education, інформації сайту Університету.

### ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Єсмаханова А.У., Ігнатенко О.В., Качмала В.І. «Методичні рекомендації для самостійної роботи з дисципліни «Мерчандайзинг»». - 2024. 44 с. <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2292/view/1637>
2. Мерчандайзинг: навчальний посібник для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг (2-ге видання, доповнене) / Держ. біотехн. ун-т ; Н.Л. Савицька, О.М. Прядко. Х. : Вид-во Іванченка І. С., 2024. 206 с. [https://repo.btu.kharkov.ua/jspui/bitstream/123456789/54018/1/NP\\_merchandayzynh\\_075\\_24.pdf](https://repo.btu.kharkov.ua/jspui/bitstream/123456789/54018/1/NP_merchandayzynh_075_24.pdf)
3. Виноградова О.В. Поведінка споживачів. Практикум. *Навчальний посібник*. Київ: ДУТ, 2020. 78 с. <https://dut.edu.ua/ua/lib/3/category/96/view/2009>
4. Виноградова О.В., Писар Н.Б. Управління лояльністю споживачів. *Навчально-методичний посібник*. Київ: ДУТ, 2021. 153с. <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/743>
5. Палига Є. М., Гірняк О. М., Лазановський П. П. Маркетинг: підруч. Львів : Українська академія друкарства, 2020. 352 с. <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2277/view/19>
6. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. «Маркетинг: теорія і практика»: підруч. Луцьк: Волиньполіграф, 2022. 408 с. <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2277/view/99>
7. Савченко С.О., Сукач О.М. Маркетинг: навчально-практичний посібник. Черкаси: Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова, 2024. 151с. [https://duikt.edu.ua/uploads/1\\_160\\_36762975.pdf](https://duikt.edu.ua/uploads/1_160_36762975.pdf)
8. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг: навч.посібник.Львів:Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347с. [https://duikt.edu.ua/uploads/1\\_2\\_16233860.pdf](https://duikt.edu.ua/uploads/1_2_16233860.pdf)
9. Зозульов О.В., Царьова Т.О., Гавриш Ю.О. Фундаментальний маркетинг: навчально-методичний комплекс: навч. посіб. для студентів спеціальності 075 «Маркетинг». Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 362 с. [https://duikt.edu.ua/uploads/1\\_97\\_36611293.pdf](https://duikt.edu.ua/uploads/1_97_36611293.pdf)
10. Маркетинг : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин та ін.; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с. [https://duikt.edu.ua/uploads/1\\_98\\_33013295.pdf](https://duikt.edu.ua/uploads/1_98_33013295.pdf)
11. Софієнко А.В., Шукліна В.В., Набока Р.М. Теоретичний маркетинг: Навчальний посібник. 2-е вид., переробл. і допов. Херсон: Книжкове видавництво ФОП Вишемирський, 2021. 494 с. [https://duikt.edu.ua/uploads/1\\_22\\_64247157.pdf](https://duikt.edu.ua/uploads/1_22_64247157.pdf)

### ПОЛІТИКА КУРСУ («ПРАВИЛА ГРИ»)

- Курс передбачає роботу в колективі.
- Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.
- Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу.
- Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.

- Якщо здобувач відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.
- За ініціативою викладача зміст даного курсу оновлюється щорічно, враховуючи зміни у законодавстві України, наукові досягнення за тематикою освітньої компоненти. Здобувачі також можуть долучатись до оновлення дисципліни шляхом подання пропозицій викладачу.
- Здобувачі мають право на перезарахування результатів навчання набутих у **неформальній та інформальній освіті** згідно «Положення про неформальну освіту Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій» [https://duikt.edu.ua/uploads/p\\_447\\_35048489.pdf](https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_35048489.pdf)

#### Правила академічної доброчесності

- Здобувачі освіти у своїй навчальній діяльності зобов'язані дотримуватися цінностей, принципів і правил академічної доброчесності.
- Кожне навчальне завдання має бути виконане самостійно, крім випадків, коли його виконання передбачає участь декількох осіб або правилами виконання відповідних завдань дозволено отримання допомоги від інших осіб, використання допоміжних матеріалів та засобів, мережі Інтернет тощо.
- Кожен здобувач освіти у разі використання у своєму академічному творі результатів інтелектуального творіння інших авторів (текстів, ідей, розробок, тверджень, відомостей, думок тощо) зобов'язаний зробити посилання на відповідне джерело інформації.
- Навчальна робота може включати (повністю або частково) попередню навчальну роботу здобувача освіти лише у тому випадку, якщо це прямо дозволено умовами навчального завдання.
- В аудиторії здобувачі не допускаються до списування та обману – за порушення принципів академічної доброчесності викладач може накладати санкції: зниження балів, повернення роботи на доопрацювання, не допущення до захисту роботи та ін.

Здобувачі можуть ознайомитися із Кодексом академічної доброчесності Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій на сторінці сайту:

[https://duikt.edu.ua/uploads/p\\_447\\_96297052.pdf](https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_96297052.pdf)

#### КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Використовується накопичувальна (100 бальна) система оцінювання. Поточна успішність складається з успішності за активність під час лекцій, роботу на практичних заняттях, виконання завдань під час самостійної роботи. Всі завдання оцінюються відповідно вимог щодо змістовності та встановлених строків виконання і їх здачі. Якщо студента не допущено до складання заліку, як такого, що не виконав індивідуальний план, йому надається час до перескладання для виконання всіх вимог допуску. Студент має право на два перескладання. При повторному перескладанні заліку його у студента може приймати комісія, яка створюється директором ННІМП. Оцінка комісії є остаточною. У випадку отримання студентом 0 балів (неприйнятно), що тягне відрахування за невиконання навчального плану.

Для отримання додаткових балів, студент повинен надати копію сертифіката або друкованої публікації чи письмове повідомлення видавця, про прийняття до друку публікації. Тематика публікації (вебінара, курсу) повинна відповідати змісту дисципліни, при цьому студенту зараховується додаткові бали замість балів за виконання суміжних за тематикою практичних робіт. Максимальна кількість додаткових балів, що можуть бути зараховані за дисципліну – 10 балів. Разом це є підсумковою оцінкою за вивчення навчальної дисципліни. Максимальна кількість балів – 100, мінімальна кількість балів – 60.

Форми контролю / Види навчальної роботи	Оцінювання
<b>ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ:</b>	
<i>Робота на заняттях, у т.ч.</i>	
участь у експрес-опитуванні	за кожен правильну відповідь - 0,25 бали
доповідь з презентацією за тематикою самостійної роботи	за кожен презентацію (реферат) максимум – 5 балів (оцінка залежить від повноти розкриття теми, якості інформації, самостійності та креативності матеріалу, якості презентації і доповіді)
усне опитування, рішення практичних задач	за кожен правильну відповідь – 0,25 бали
участь у обговоренні ситуаційного завдання	за кожен правильну відповідь – 0,5 бали
участь у діловій грі, навчальній дискусії	за кожен участь - 0,25 бали
<b>Додаткова оцінка за видами діяльності за тематикою дисципліни</b>	
Участь у вебінарах, тренінгах	за кожні 0,1 кредити (3 год.) участі з отриманням сертифікату - 3 бали
Тези доповіді за участю у конференції	за кожні тези, які опубліковані - 3 бали
Стаття у виданні в Україні	за кожен статтю, яка опублікована - 5 балів

Стаття у іноземному виданні	за кожну статтю, яка опублікована - 8 балів
<b>ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ: диференційований залік</b>	Згідно критеріїв оцінювання

<b>ПІДСУМКОВА ОЦІНКА ЗА ДИСЦИПЛІНУ</b>			
<b>бали</b>	<b>Критерії оцінювання</b>	<b>Рівень компетентності</b>	<b>Оцінка /запис в екзаменаційній відомості</b>
<b>90-100</b>	Студент демонструє повні й міцні знання навчального матеріалу в обсязі, що відповідає силабусу дисципліни, правильно й обґрунтовано приймає необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях. Вміє реалізувати теоретичні положення дисципліни в практичних розрахунках, аналізувати та співставляти дані об'єктів діяльності фахівця на основі набутих з даної та суміжних дисциплін знань та умінь. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включатись в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються. Зменшення 100-бальної оцінки може бути пов'язане з недостатнім розкриттям питань, що стосується дисципліни, яка вивчається, але виходить за рамки об'єму матеріалу, передбаченого силабусом, або студент проявляє невпевненість в тлумаченні теоретичних положень чи складних практичних завдань	Високий Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в силабусі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.	Відмінно / Зараховано (A)
<b>82-89</b>	Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає силабусу дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, дає вичерпні пояснення	Достатній Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни	Добре / Зараховано (B)
<b>75-81</b>	Студент в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає силабусу дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати при вирішенні типових практичних завдань, але допускає окремі неточності. Вміє пояснити основні положення виконаних завдань та дати правильні відповіді при зміні результату при заданій зміні вихідних параметрів. Помилки у відповідях/ рішеннях/ розрахунках не є системними. Знає характеристики основних положень, що мають визначальне значення при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, в межах дисципліни, що вивчається.	Достатній Конкретний рівень, за вивченим матеріалом силабусу дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	Добре / Зараховано (C)
<b>67-74</b>	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений силабусом дисципліни, та розуміє постанову стандартних практичних завдань, має пропозиції щодо напрямку їх вирішень. Розуміє основні положення, що є визначальними в курсі, може вирішувати подібні завдання тим, що розглядалися з викладачем, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усувати за допомогою викладача.	Середній Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни	Задовільно / Зараховано (D)
<b>60-66</b>	Студент має певні знання, передбачені в силабусі дисципліни, володіє основними положеннями, що вивчаються на рівні, який визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень, студент з труднощами пояснює правила вирішення практичних/розрахункових завдань дисципліни. Виконання практичних / індивідуальних / контрольних завдань значно формалізовано: є відповідність алгоритму, але відсутнє глибоке розуміння роботи та взаємозв'язків з іншими дисциплінами	Середній Є мінімально допустимим у всіх складових силабусу дисципліни	Задовільно / Зараховано (E)
<b>35-59</b>	Студент може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що силабус дисципліни студент виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є невірними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у студента відсутня.	Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни	Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не зараховано (FX) В залікову книжку не проставляється
<b>0-34</b>	Студент повністю не виконав вимог силабусу навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Студент не допущений до задачі заліку	Незадовільний Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням / Не допущений (F) В залікову книжку не проставляється