

СИЛАБУС КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

«ГРОМАДЯНСЬКА ОСВІТА»

Лектор курсу		Качмала Вікторія Іванівна - кандидат історичних наук, доцент кафедри маркетингу		Контактна інформація лектора (e-mail): kachmala@duikt.ua		(e-mail): kachmalaviktoria@gmail.com Посилання на Google Class: https://classroom.google.com/c/ODQyNjAzODU2NDU0?cjc=xfuhia4v Код курсу: xfuhia4v	
Галузь знань		<i>D Бізнес, адміністрування та право</i>		Рівень вищої освіти		бакалавр	
Спеціальність		<i>D 5 «Маркетинг»</i>		Семестр		2	
Освітня програма		<i>«Digital-маркетинг»</i>		Тип дисципліни		Обов'язкова	
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:				
	3	90	Лекцій 18	Семінарських занять -	Практичних занять 18	Лабораторних занять -	Самостійна підготовка 54

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	Групова динаміка, українська мова за професійним спрямуванням
Освітні компоненти для яких є базовою	Теоретична підготовка базової загально-військової підготовки

Мета курсу:	формування системи знань, цінностей та компетентностей, необхідних для відповідального громадянина України, усвідомлення власних прав і обов'язків, розвиток критичного мислення та активної участі в житті демократичного суспільства. Спрямування на формування розуміння принципів демократії, верховенства права та прав людини, розвиток уміння брати участь у суспільно-політичному житті, приймання зважених рішень, відповідальності, толерантності, поваги до різноманіття, навичок мирного врегулювання конфліктів, взаємодії з державними інституціями, громадськими організаціями та місцевими громадами, розвиток громадянської активності, здатності протидіяти інформаційним маніпуляціям.
--------------------	---

Компетентності відповідно до освітньої програми

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)	Hard-skills / Спеціальні компетентності (СК)
<p>ЗК1. Здатність аналізувати суспільно-політичні явища, нормативно-правові акти, інформаційні повідомлення; оцінювати аргументи, виявляти маніпуляції та приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>ЗК2. Уміння чітко й аргументовано висловлювати власну позицію усно та письмово, вести дискусії, поважати альтернативні точки зору.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> <p>ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.</p> <p>ЗК16. Здатність усвідомлювати конституційні права та обов'язки, оберігати суверенітет, незалежність і територію України.</p>	

Програмні результати навчання (ПРН)

ПРН 15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості

ПРН 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

ПРН 19. Діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів суспільної та академічної недоброчесності.

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми	Вид заняття	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
Тема 1. Громадянська освіта у системі суспільних наук: концепції, цінності, компетентності	Лекція 1 2 год	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
<p>Знати: місце громадянської освіти в системі суспільних і гуманітарних наук, основні концепції громадянської освіти (демократична, правозахисна, компетентнісна), ключові цінності громадянського суспільства: демократія, верховенство права, права людини, свобода, відповідальність, взаємозв'язок громадянської освіти з політичною культурою, правовою свідомістю.</p> <p>Вміти: визначати громадянські компетентності, необхідні для відповідальної професійної діяльності маркетолога, громадянські цінності та етичні принципи в аналізі маркетингових кейсів, оцінювати роль громадянської свідомості у формуванні репутації бренду та довіри споживачів, осмислювати суспільно значущі повідомлення в рекламі та медіа, аргументовано висловлювати власну позицію щодо соціальної відповідальності бізнесу.</p> <p>Формування компетенцій: ЗК1, ЗК2</p> <p>Результати навчання: ПРН 15</p> <p>Рекомендовані джерела: 1, 7</p>	Практичне заняття 1 2 год	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія «Основні цінності українського суспільства на сучасному етапі»; обговорення ситуаційного завдання, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни; навчальна дискусія «Громадянська освіта: академічна дисципліна чи школа життя?»
<p>Вміти: визначати громадянські компетентності, необхідні для відповідальної професійної діяльності маркетолога, громадянські цінності та етичні принципи в аналізі маркетингових кейсів, оцінювати роль громадянської свідомості у формуванні репутації бренду та довіри споживачів, осмислювати суспільно значущі повідомлення в рекламі та медіа, аргументовано висловлювати власну позицію щодо соціальної відповідальності бізнесу.</p> <p>Формування компетенцій: ЗК1, ЗК2</p> <p>Результати навчання: ПРН 15</p> <p>Рекомендовані джерела: 1, 7</p>	Самостійна робота 6 год	Що таке громадянська участь і чим вона відрізняється від простого голосування на виборах? Які основні форми громадянської участі молоді в демократичному суспільстві?
Тема 2. Права людини як фундамент сучасної демократії	Лекція 2 2 год	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
<p>Знати: сутність прав людини та їх роль у функціонуванні демократичного суспільства; групи прав людини (громадянські, політичні, соціально-економічні, культурні; принципи верховенства права, рівності та недискримінації у демократичних державах; етичні стандарти маркетингу.</p> <p>Вміти: аналізувати маркетингові стратегії та рекламні кампанії з точки зору дотримання прав людини; виявляти маніпулятивні, дискримінаційні або неетичні практики в маркетингових комунікаціях; застосовувати принципи прав людини при розробці реклами та контенту; оцінювати вплив маркетингових рішень на різні соціальні групи та суспільство в цілому.</p> <p>Формування компетенцій: ЗК1, ЗК2, ЗК14</p> <p>Результати навчання: ПРН15</p> <p>Рекомендовані джерела: 2</p>	Практичне заняття 2 2 год	Усне опитування, кейс-дискусія «Чи може ефективний маркетинг порушувати права людини?» навчальна дискусія на тему: «Маркетингові пропозиції з урахуванням соціальної відповідальності бізнесу та демократичних цінностей». доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
<p>Вміти: аналізувати маркетингові стратегії та рекламні кампанії з точки зору дотримання прав людини; виявляти маніпулятивні, дискримінаційні або неетичні практики в маркетингових комунікаціях; застосовувати принципи прав людини при розробці реклами та контенту; оцінювати вплив маркетингових рішень на різні соціальні групи та суспільство в цілому.</p> <p>Формування компетенцій: ЗК1, ЗК2, ЗК14</p> <p>Результати навчання: ПРН15</p> <p>Рекомендовані джерела: 2</p>	Самостійна робота 6 год	Як політична культура молоді впливає на її споживчі та медіа-поведінкові звички? Яку роль відіграють соціальні мережі та цифрові платформи у формуванні громадянської активності молоді?
<p>Вміти: аналізувати маркетингові стратегії та рекламні кампанії з точки зору дотримання прав людини; виявляти маніпулятивні, дискримінаційні або неетичні практики в маркетингових комунікаціях; застосовувати принципи прав людини при розробці реклами та контенту; оцінювати вплив маркетингових рішень на різні соціальні групи та суспільство в цілому.</p> <p>Формування компетенцій: ЗК1, ЗК2, ЗК14</p> <p>Результати навчання: ПРН15</p> <p>Рекомендовані джерела: 2</p>	Лекція 3	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів

<p>Тема 3. Верховенство права і демократичні інститути держави</p> <p>Знати: сутність принципу верховенства права та його значення для демократичного розвитку держави; основні демократичні інститути держави (парламент, уряд, судова система, органи місцевого самоврядування, незалежні регулятори); роль правових норм і державних інституцій у регулюванні ринкових відносин; вплив верховенства права на підприємницьку діяльність, конкуренцію та інвестиційний клімат.</p> <p>Вміти: аналізувати вплив правового середовища та державних інституцій на маркетингові стратегії компаній; оцінювати ризики для бізнесу та маркетингу в умовах порушення принципу верховенства права; аргументувати необхідність дотримання принципу верховенства права в діяльності бізнесу; формувати маркетингові рішення з урахуванням вимог законодавства та демократичних стандартів.</p> <p>Формування компетенцій: ЗК14, ЗК16</p> <p>Результати навчання: ПРН18</p> <p>Рекомендовані джерела: 2</p>	2 год	
	Практичне заняття 3	Усне опитування; «Громадянська освіта: цінності на папері чи компетентності в дії?»: доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	2 год Самостійна робота 6 год	Чим відрізняється активізм у реальному житті від онлайн-активізму? Як маркетингові та рекламні кампанії можуть сприяти підвищенню громадянської свідомості молоді?
<p>Тема 4. Держава, громадянин і громадянське суспільство: моделі взаємодії</p> <p>Знати: поняття держави, громадянина та громадянського суспільства їх роль у демократичному устрої; основні моделі взаємодії держави, бізнесу та громадянського суспільства (партнерська, патерналістська, конфліктна); функції громадянського суспільства у формуванні суспільної думки та споживчих цінностей; роль державного регулювання у сфері маркетингу та комунікацій.</p> <p>Вміти: аналізувати взаємодію державних інституцій, бізнесу та громадянського суспільства в конкретних ринкових ситуаціях; оцінювати вплив громадської думки та діяльності громадських організацій на репутацію брендів; розробляти маркетингові стратегії з урахуванням суспільних інтересів і соціальної відповідальності бізнесу; будувати ефективні комунікації бренду з державними структурами та громадськістю.</p> <p>Формування компетенцій: ЗК1, ЗК14, ЗК16</p> <p>Результати навчання: ПРН15</p> <p>Рекомендовані джерела: 6</p>	Лекція 4 2 год	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 4 2 год	Усне опитування, Кейс-дискусія для заняття: « <i>Чи можливий сталий розвиток бренду в умовах слабких демократичних інституцій?</i> » визначення лідерських здібностей; аналіз кейсу «Роль громадянського суспільства у формуванні репутації компанії»
	Самостійна робота 6 год	Які етичні ризики виникають, коли бренди беруть участь у суспільно-політичних процесах? Наведіть приклади українських або міжнародних кампаній, що сприяли розвитку політичної культури молоді.
<p>Тема 5. Громадянська участь і політична культура молоді</p> <p>Знати: сутність громадянської участі та політичної культури, розвитку демократичного суспільства; основні форми громадянської участі молоді (онлайн-активізм, волонтерство, громадські ініціативи, петиції, виборча участь); особливості політичної культури молоді в умовах цифровізації та соціальних мереж; вплив медіа, соціальних платформ і інфлюенсерів на формування громадянських і політичних орієнтацій молоді.</p> <p>Вміти: аналізувати поведінку молодіжної аудиторії з точки зору громадянської активності та ціннісних орієнтацій; оцінювати вплив соціальних мереж і</p>	Лекція 5 2 год	Усне опитування, навчальна дискусія: « <i>Чи повинні бренди брати участь у формуванні громадянської культури молоді?</i> »
	Практичне заняття 5 2 год	Чи етично використовувати маніпулятивні технології для залучення молоді до політики; Як можна застосовувати маркетингові підходи (брединг, комунікаційні стратегії для підвищення ефективності студентського життя

<p>цифрових кампаній на громадянську участь молоді; розробляти комунікаційні та маркетингові кампанії з урахуванням політичної культури й соціальної чутливості молоді.</p> <p>Формування компетенцій: ЗК3, ЗК8, СК7</p> <p>Результати навчання: ПРН6, ПРН7</p> <p>Рекомендовані джерела: 5</p>	<p>Самостійна робота 6 год.</p>	<p>Як молодь може впливати на державні рішення або бізнес-політики через участь у громадянських ініціативах?</p> <p>Які стратегії маркетологів допомагають залучати молодь до активної громадянської позиції, не порушуючи етичних норм?</p>
--	-------------------------------------	--

<p>Тема 6. Критичне мислення та медіаграмотність у добу інформаційних війн</p> <p>Знати: сутність критичного мислення та його значення у сучасному інформаційному середовищі; основні принципи медіаграмотності та цифрової обізнаності; види дезінформації, маніпулятивних повідомлень і пропаганди; роль соціальних мереж, ЗМІ та інфлюенсерів у поширенні інформації; механізми впливу інформаційних війн на споживчу поведінку та репутацію брендів.</p> <p>Вміти: аналізувати інформаційні повідомлення та відрізнити факти від маніпуляцій; оцінювати достовірність джерел та контенту в медіа і соціальних мережах; застосовувати критичне мислення при розробці маркетингових комунікацій та контент-стратегій; прогнозувати ризики для бренду через поширення дезінформації або неправдивих відомостей.</p> <p>Формування компетенцій: ЗК4, ЗК14, ЗК16</p> <p>Результати навчання: ПРН15</p> <p>Рекомендовані джерела: 4</p>	<p>Лекція 6 2 год.</p> <p>Практичне заняття 6 2 год.</p> <p>Самостійна робота 6 год.</p>	<p>Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів</p> <p>Тренінг «Як маркетологи можуть захистити бренд від інформаційних атак і маніпуляцій у соціальних мережах?» навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни</p> <p>Що таке «дезінформація»? та як вона відрізняється від помилкової інформації? Які інструменти пропаганди використовують в сучасних інформаційних війнах? Яку роль відіграє маркетолог у протидії маніпуляціям?</p>
<p>Тема 7. Соціальне різноманіття, толерантність і права меншин</p> <p>Знати: типи соціальних меншин та їх місце в демократичному суспільстві, причини виникнення дискримінації та соціальної нерівності, основні принципи прав людини та механізми їх захисту в Україні, роль толерантності у формуванні громадянської культури, вплив соціальних стереотипів і упереджень на суспільну думку, етичні норми публічної комунікації та реклами, поняття diversity & inclusion у сучасному бізнесі.</p> <p>Вміти: виявляти прояви дискримінації та нетолерантної поведінки у суспільстві, критично аналізувати медіаконтент і рекламні повідомлення, розпізнавати соціальні стереотипи у маркетингових комунікаціях, аргументовано відстоювати принципи рівності та прав людини, формувати толерантну та інклюзивну позицію у професійному спілкуванні.</p> <p>Формування компетенцій: ЗК2, ЗК14</p> <p>Результати навчання: ПРН15, ПРН18</p> <p>Рекомендовані джерела: 1, 7</p>	<p>Лекція 7 2 год.</p> <p>Практичне заняття 7 2 год.</p> <p>Самостійна робота 6 год.</p>	<p>Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів</p> <p>Усне опитування, тестування, навчальна дискусія «Як бренди можуть підтримувати права меншин і водночас залишатися конкурентними на ринку?»</p> <p>Як алгоритми соціальних мереж формують «мільні бульбашки»? Які документи фактчекінгу є найбільш ефективними? Чи є різниця між пропагандою та маркетингом?</p>

<p>Тема 8. Конфлікти у публічному просторі: стратегії мирного врегулювання</p> <p>Знати: сновні стратегії поведінки в конфлікті (уникнення, пристосування, компроміс, співпраця, протистояння), принципи мирного врегулювання конфліктів, основи ненасильницької та етичної комунікації, поняття медіації як інструментів розв'язання конфліктів, роль маркетолога й публічного комунікатора у запобіганні конфліктам та управлінні кризовими ситуаціями.</p> <p>Вміти: відрізнити конструктивний конфлікт від деструктивного, обирати доцільну стратегію поведінки залежно від ситуації, застосовувати принципи мирного діалогу в публічній комунікації, формулювати повідомлення, що знижують рівень напруги, критично оцінювати комунікаційні рішення брендів у кризових ситуаціях.</p> <p>Формування компетенцій: ЗК2,ЗК14,ЗК16</p> <p>Результати навчання: ПРН15, ПРН19</p> <p>Рекомендовані джерела: 1, 7</p>	Лекція 8 2 год.	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 8 2 год.	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни навчальна дискусія « Інклюзивна реклама чи «перегин»? »; доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	Самостійна робота 6 год.	Як толерантність як суспільна цінність змінює думку споживача? Чи є дискримінація в рекламі? Наведіть приклади. Чи повинні бренди підтримувати права меншин? Які існують при цьому ризики?
<p>Тема 9. Громадянська ідентичність та активна позиція в умовах сучасних викликів</p> <p>Знати: роль громадянської ідентичності у розвитку демократичного суспільства, сучасні виклики формуванню громадянської ідентичності (війна, глобалізація, цифровізація, інформаційні загрози, поляризація суспільства), форми громадянської участі: волонтерство, громадські ініціативи, вибори, петиції, публічні кампанії, взаємозв'язок прав і обов'язків громадянина, роль медіа та соціальних мереж у формуванні громадянської позиції, поняття громадянської відповідальності бізнесу та брендів, значення активної громадянської позиції для професійної етики маркетолога.</p> <p>Вміти: застосовувати принципи відповідального громадянства у професійній діяльності, підтримувати суспільно корисні ініціативи етичними комунікаційними засобами, брати участь у громадських проєктах і колективних діях, приймати зважені рішення в умовах соціальної напруги та невизначеності, усвідомлювати вплив власних дій і професійних рішень на суспільство та державу.</p> <p>Формування компетенцій: ЗК2,ЗК14,</p> <p>Результати навчання: ПРН15, ПРН19</p> <p>Рекомендовані джерела: 1, 5</p>	Лекція 9 2 год.	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 9 2 год.	Усне опитування, навчальна дискусія: «Конфлікт цінностей у публічній комунікації», доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	Самостійна робота 6 год.	<ol style="list-style-type: none"> 1.Репутаційна криза в соцмережах 2.Які інтереси сторін лежать в основі конфлікту? 3.Хто може виступати нейтральним посередником? 4.Які інструменти діалогу можливі в публічному просторі? 5. Чи може бренд залишатися «поза політикою»? 6.Як комунікувати власну позицію без ескалації конфлікту? 7.Яку роль відіграє мова повідомлень і тон комунікації? 8.Соціально відповідальний маркетинг: де проходить межа між щирою громадянською позицією бренду та маніпуляцією цінностями? 9.Як сучасні виклики (війна, дезінформація, міграція, економічна нестабільність) впливають на громадянську активність споживачів? 10.Активна громадянська позиція брендів: які українські компанії можуть слугувати прикладом і чому? 11.Маркетингові комунікації в умовах інформаційної війни: як громадянська ідентичність впливає на довіру до брендів і медіа? 12. Чи можливо, щоб споживчий вибір став формою громадянської активності (бойкоти, підтримка локального виробника, етичне споживання)? 13.Роль соціальних мереж у формуванні активної громадянської позиції молоді: можливості та ризики.

- | | |
|--|--|
| | <p>14. Чи має маркетолог бути громадянським активним фахівцем? Обґрунтуйте відповідь з позиції професійної етики.</p> <p>15. Як поєднати професійну діяльність маркетолога та особисту громадянську позицію в умовах сучасних суспільних викликів?</p> |
|--|--|

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. Рашидова Світлана Проблема формування громадянської компетентності у суб'єктів інклюзивного освітнього простору в працях українських учених: аналітичний огляд. Том 1 № 1 (111) (2025): Духовність особистості: методологія, теорія і практика: збірник наукових праць
2. Зміни до Концепції розвитку громадянської освіти. розпорядженням Кабінету Міністрів України від 3 жовтня 2018 р. № 710 (Офіційний вісник України, 2024 р., № 80, ст. 2686)
3. Закон України «Про основні засади державної політики у сфері утвердження української національної та громадянської ідентичності»
4. Мелешенко Тетяна Громадянська освіта та методика її навчання: підручник для студентів педагогічних закладів вищої освіти / за заг. ред. Т. В. Бакка, Київ: УОВЦ «Оріон», 2023. 319 с.
5. Іванюк І. В., Терещенко А. Б., Овчарук О. В. Сучасний стан громадянської освіти в Україні. Аналітичний звіт. URL: http://lib.iitta.gov.ua/844/1/civic_education.pdf
6. Хартія Ради Європи з освіти для демократичного громадянства й освіти з прав людини. URL: <https://rm.coe.int/16806b93be>
7. Рамка компетентностей для культури демократії. URL: <https://rm.coe.int/rf-cdcvol-3-/1680966748>

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» chrome-extension://efaidnbmninnbpcjpcjglefindmkaj/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: chrome-extension://efaidnbnmnnibpcajpcglcfindmkaj/https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_96297052.pdf?2

КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Використовується накопичувальна (100 бальна) система оцінювання. Поточна успішність складається з успішності за роботу на практичних заняттях та активність під час лекцій. Всі завдання оцінюються відповідно вимог щодо змістовності та встановлених строків виконання і їх здачі. Для отримання додаткових балів, студент повинен надати копію друкованої публікації чи письмове повідомлення видавця, про прийняття до друку публікації. Тематика публікації повинна відповідати змісту дисципліни. При пред'явленні публікації студент звільняється від виконання практичної роботи, тема якої відповідає тематиці публікації, 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		
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ:			
<i>Робота на заняттях, у т.ч.</i>			
участь у експрес-опитуванні	за кожну правильну відповідь - 0,25 бали		
доповідь з презентацією за тематикою самостійної роботи	за кожну презентацію (реферат) максимум - 8 балів (оцінка залежить від повноти розкриття теми, якості інформації, самостійності та креативності матеріалу, якості презентації і доповіді)		
усне опитування, рішення практичних задач	за кожну правильну відповідь – 2,0 бали		
участь у обговоренні ситуаційного завдання	за кожну правильну відповідь – 1,0 бали		
участь у діловій грі, навчальній дискусії	за кожну участь - 0,5 бали		
Додаткова оцінка за видами діяльності за тематикою дисципліни			
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 кожну статтю, яка опублікована - 5 балів		
Стаття у іноземному виданні	за кожну статтю, яка опублікована - 8 балів		
ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ: диференційований залік	Згідно критеріїв оцінювання		
Здобувачу, який має підсумкову оцінку за дисципліну від 35 до 59 балів, призначається додаткова залікова сесія. В цьому разі він повинен виконати додаткові завдання, визначені викладачем.			
Підсумкова оцінка до 34 балів є підставою для обов'язкового повторного вивчення курсу.			
Здобувач має право на два перескладання. При повторному перескладанні, залік приймає комісія, яка створюється директором ННІМП. Оцінка комісії є остаточною.			
Здобувач має право на опротестування результатів контролю (апеляцію).			
Правила подання та розгляду апеляції визначені внутрішніми документами ДУІКТ			
ПІДСУМКОВА ОЦІНКА ЗА ДИСЦИПЛІНУ			
бали	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка /запис в екзаменаційній відомості

90-100	<p>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.</p> <p>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</p>	<p>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.</p>	Відмінно / Зараховано (А)
82-89	<p>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.</p> <p>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</p>	<p>Достатній Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни</p>	Добре / Зараховано (В)
75-81	<p>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.</p>	<p>Достатній Конкретний рівень, за вивченим матеріалом силабусу дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.</p>	Добре / Зараховано (С)
67-74	<p>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.</p>	<p>Середній Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни</p>	Задовільно / Зараховано (D)
60-66	<p>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</p>	<p>Середній Є мінімально допустимим у всіх складових силабусу дисципліни</p>	Задовільно / Зараховано (Е)
35-59	<p>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 відсутні.</p>	<p>Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни</p>	Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не зараховано (FХ) В залікову книжку не проставляється
0-34	<p>Студент повністю не виконав вимог силабусу навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Студент не допущений до здачі заліку</p>	<p>Незадовільний Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни</p>	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням / Не допущений (F) В залікову книжку не проставляється