

**СИЛАБУС КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ
«СТРАТЕГІЇ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ»**

Лектор курсу			Сьомкіна Тетяна Віталіївна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу		Контактна інформація		e-mail: t.v.semkina@ukr.net ;	
Галузь знань			D Бізнес, адміністрування та право		Код курсу GWE		rzhfght	
Спеціальність			D5 Маркетинг		Рівень вищої освіти		магістр	
Освітня програма			«Міжнародний маркетинг»		Семестр		2	
Обсяг:					Тип дисципліни		Обов'язкова	
Кредитів ECTS		Годин	За видами занять:					
5		150	Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка	
			24	-	36	-	90	
АНОТАЦІЯ КУРСУ								
Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі								
Освітні компоненти, які передують вивченню				Цифрова глобальна економіка (4), Аналіз та оцінка кон'юнктури світового ринку (4), Міжнародне управління маркетингом (4), Оцінка ефективності маркетингових рішень (4)				
Освітні компоненти для яких є базовою				Переддипломна практика (15), Підготовка магістерської роботи (15)				
Мета курсу:		формування у здобувачів вищої освіти теоретичних знань і практичних навичок щодо розробки, реалізації та оцінки ефективності стратегій міжнародного маркетингу в умовах глобальної конкуренції та динамічного міжнародного бізнес-середовища.						
Компетентності відповідно до освітньої програми								
Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)			Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетентності (СК)					
ЗК 1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК 4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.			СК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати з нання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. СК 3. Здатність до проведення самостійних інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. СК 5. Здатність до діагностування маркетингової здійснення маркетингового діяльності аналізу та ринкового суб'єкта, прогнозування. СК 7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. СК 8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. СК 9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу. СК 10. Здатність використовувати сучасні інформаційні і комунікаційні технології в управлінні маркетинговою діяльністю на національному та міжнародному рівнях.					
Програмні результати навчання (ПРН)								
ПРН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.								
ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.								
ПРН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.								

- ПРН 6.** Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.
- ПРН 7.** Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.
- ПРН 9.** Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
- ПРН 12.** Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів і програм.
- ПРН 15.** Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ		
Тема, опис теми	Вид заняття	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
Розділ 1 «Теоретичні засади стратегій міжнародного маркетингу»		
<p>Тема 1. Сутність та роль стратегій міжнародного маркетингу</p> <p><u>Знати:</u> сутність стратегій міжнародного маркетингу, особливості міжнародного маркетингового середовища та роль стратегічного маркетингу в управлінні міжнародною діяльністю підприємства.</p> <p><u>Вміти:</u> аналізувати фактори міжнародного маркетингового середовища, обґрунтовувати вибір стратегій міжнародного маркетингу та визначати напрями стратегічного розвитку підприємства на міжнародних ринках.</p> <p><u>Формування компетенцій:</u> ЗК 1, ЗК 4, ЗК 6, СК 1, СК 5</p> <p><u>Результати навчання:</u> ПРН 1, ПРН 4, ПРН 9</p> <p><u>Рекомендовані джерела:</u> 1, 2, 5, 7, 9, 10</p> <p>Оцінювання за тему = 8 балів</p>	Лекція 1 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 1 2 год.	Усне опитування, тестування; аналіз факторів міжнародного маркетингового середовища; тематична дискусія на тему: «Глобалізація та міжнародний маркетинг»
	Лекція 2 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 2 2 год.	Аналіз міжнародних кейсів компаній; розв'язання ситуаційних завдань щодо вибору міжнародної маркетингової стратегії; підготовка та представлення доповіді з презентацією
	Самостійна робота 10 год.	1. Аналіз стратегій міжнародного маркетингу міжнародних компаній. 2. Дослідження факторів міжнародного маркетингового середовища. 3. Підготовка аналітичного звіту та презентації
<p>Тема 2. Стратегії сегментування та вибору міжнародних ринків</p> <p><u>Знати:</u> сутність міжнародного сегментування ринку, критерії вибору міжнародних ринків та особливості стратегій виходу підприємства на зарубіжні ринки</p> <p><u>Вміти:</u> здійснювати сегментування міжнародного ринку, оцінювати привабливість зарубіжних ринків та обґрунтовувати вибір стратегій виходу на міжнародний ринок.</p> <p><u>Формування компетенцій:</u> ЗК1, ЗК4, ЗК6, ЗК8, СК3, СК5, СК7</p> <p><u>Результати навчання:</u> ПРН3, ПРН4, ПРН6, ПРН12</p> <p><u>Рекомендовані джерела:</u> 1, 2, 4, 6, 9, 11</p>	Лекція 3 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 3 2 год.	Усне опитування, тестування; аналіз критеріїв сегментування міжнародних ринків; побудова сітки сегментування; тематична дискусія
	Лекція 4 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 4 2 год.	Аналіз міжнародних кейсів; оцінка потенціалу міжнародного ринку; розв'язання ситуаційних завдань щодо вибору цільового міжнародного ринку
	Самостійна робота 10 год.	1. Дослідження міжнародних ринків для конкретного підприємства 2. Аналіз стратегій виходу міжнародних компаній. 3. Оцінка привабливості міжнародного ринку. 4. Підготовка аналітичного звіту.

Оцінювання за тему = 8 балів		
Тема 3. Міжнародні конкурентні стратегії та позиціонування <u>Знати:</u> сутність міжнародних конкурентних стратегій, особливості позиціонування товарів і брендів на міжнародних ринках, підходи до стандартизації та адаптації маркетингових стратегій. <u>Вміти:</u> аналізувати конкурентне середовище міжнародного ринку, формувати стратегії міжнародного позиціонування та обґрунтовувати вибір конкурентної стратегії підприємства. <u>Формування компетенцій:</u> ЗК1, ЗК4, ЗК6, СК5, СК7, СК8, СК9 <u>Результати навчання:</u> ПРН4, ПРН7, ПРН9, ПРН12 <u>Рекомендовані джерела:</u> 2, 3, 5, 7, 9	Лекція 5 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 5 2 год.	Усне опитування, тестування; аналіз конкурентних переваг міжнародних компаній; тематична дискусія на тему: «Глобальна конкуренція в сучасному бізнес-середовищі».
	Практичне заняття 6 2 год.	Побудова карт позиціонування міжнародних брендів; аналіз стратегій позиціонування міжнародних компаній; розв'язання ситуаційних завдань
	Самостійна робота 10 год.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Аналіз міжнародних конкурентних стратегій компаній 2. Дослідження стратегій міжнародного позиціонування брендів 3. Оцінка ефективності адаптації маркетингових стратегій до міжнародного ринку 4. Підготовка аналітичного звіту
Оцінювання за тему = 6 балів		
Розділ 2 «Формування та реалізація стратегій міжнародного маркетингу»		
Тема 4. Міжнародні товарні та брендові стратегії <u>Знати:</u> особливості міжнародної товарної політики, види міжнародних брендівих стратегій та підходи до управління міжнародним брендом <u>Вміти:</u> формувати міжнародні товарні стратегії, оцінювати конкурентоспроможність товару на міжнародному ринку та розробляти бренд-стратегії для міжнародних компаній. <u>Формування компетенцій:</u> ЗК4, ЗК6, ЗК8, СК1, СК7, СК8, СК9 <u>Результати навчання:</u> ПРН1, ПРН4, ПРН6, ПРН7 <u>Рекомендовані джерела:</u> 1, 3, 5, 7, 9	Лекція 6 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 7 2 год.	Усне опитування, тестування; аналіз міжнародної товарної політики компаній; тематична дискусія на тему: «Стандартизація чи адаптація товару на міжнародному ринку»
	Практичне заняття 8 2 год.	Розрахунок показників конкурентоспроможності товару; аналіз міжнародних товарних стратегій компаній; розв'язання ситуаційних завдань
	Самостійна робота 10 год.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Аналіз міжнародних товарних стратегій компаній 2. Дослідження міжнародних брендів та їх позиціонування 3. Оцінка ефективності бренд-стратегій 4. Підготовка аналітичного звіту
Оцінювання за тему = 6 балів		
Тема 5. Міжнародні цінові та збутові стратегії <u>Знати:</u> особливості міжнародного ціноутворення, види міжнародних цінових стратегій та принципи формування міжнародних каналів збуту <u>Вміти:</u> розробляти міжнародні цінові стратегії, обґрунтовувати вибір каналів збуту та оцінювати	Лекція 7 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 9 2 год.	Усне опитування, тестування; аналіз міжнародних цінових стратегій компаній; розв'язання ситуаційних завдань щодо вибору цінової стратегії на міжнародному ринку
	Лекція 8 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів

<p>ефективність міжнародної збутової політики підприємства. Формування компетенцій: ЗК1, ЗК6, ЗК8, СК5, СК7, СК10 Результати навчання: ПРН4, ПРН6, ПРН9, ПРН15 Рекомендовані джерела: 1, 3, 5-7, 9, 11</p> <p>Оцінювання за тему = 6 балів</p>	<p>Практичне заняття 10 2 год.</p>	<p>Розрахунок експортної ціни товару; аналіз факторів міжнародного ціноутворення; тематична дискусія на тему: «Цінова конкуренція на міжнародних ринках»</p>
	<p>Самостійна робота 10 год.</p>	<p>1. Аналіз міжнародних цінових стратегій компаній 2. Дослідження міжнародних каналів збуту 3. Оцінка ефективності міжнародної збутової політики 4. Підготовка аналітичного звіту</p>
<p>Тема 6. Міжнародні маркетингові комунікації та digital-стратегії</p> <p>Знати: особливості міжнародних маркетингових комунікацій, сучасні digital-стратегії та інструменти просування на міжнародних ринках Вміти: розробляти міжнародні комунікаційні стратегії, оцінювати ефективність digital-маркетингу та адаптувати маркетингові комунікації до особливостей міжнародного ринку Формування компетенцій: ЗК4, ЗК6, ЗК8, СК8, СК9, СК10 Результати навчання: ПРН6, ПРН9, ПРН12, ПРН15 Рекомендовані джерела: 1, 4, 5, 8, 9</p> <p>Оцінювання за тему = 6 балів</p>	<p>Лекція 9 2 год.</p>	<p>Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p>
	<p>Практичне заняття 11 2 год.</p>	<p>Усне опитування, тестування; аналіз міжнародних рекламних кампаній; тематична дискусія на тему: «Міжкультурні комунікації у міжнародному маркетингу»</p>
	<p>Практичне заняття 12 2 год.</p>	<p>Аналіз міжнародних digital-кампаній; оцінка ефективності SMM та контент-маркетингу; розв'язання ситуаційних завдань</p>
	<p>Самостійна робота 10 год.</p>	<p>1. Аналіз міжнародних маркетингових комунікацій компаній 2. Дослідження digital-стратегій міжнародних брендів 3. Оцінка ефективності міжнародних рекламних кампаній 4. Підготовка аналітичного звіту</p>
<p>Розділ 3 «Оцінка ефективності та сучасні тенденції стратегій міжнародного маркетингу»</p>		
<p>Тема 7. Оцінка ефективності міжнародних маркетингових стратегій</p> <p>Знати: методи та показники оцінки ефективності міжнародних маркетингових стратегій, підходи до аналізу результативності міжнародної маркетингової діяльності підприємства Вміти: оцінювати ефективність міжнародних маркетингових стратегій, застосовувати KPI, ROI, ROMI та інші інструменти аналізу результативності міжнародного маркетингу Формування компетенцій: ЗК1, ЗК6, СК3, СК5, СК8, СК9 Результати навчання: ПРН3, ПРН6, ПРН12, ПРН15 Рекомендовані джерела: 4, 6, 8, 9</p> <p>Оцінювання за тему = 6 балів</p>	<p>Лекція 10 2 год.</p>	<p>Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p>
	<p>Практичне заняття 13 2 год.</p>	<p>Усне опитування, тестування; аналіз KPI міжнародного маркетингу; тематична дискусія на тему: «Оцінка ефективності міжнародних маркетингових рішень»</p>
	<p>Практичне заняття 14 2 год.</p>	<p>Розрахунок ROI та ROMI міжнародних маркетингових кампаній; аналіз міжнародних кейсів компаній; розв'язання ситуаційних завдань. Аналіз ефективності міжнародних маркетингових стратегій компаній; дослідження KPI міжнародного маркетингу.</p>
	<p>Самостійна робота 10 год.</p>	<p>1. Дослідження сучасних методів оцінки ефективності міжнародних маркетингових стратегій 2. Аналіз успішності міжнародних брендів на глобальних ринках. 3. Порівняння показників ефективності міжнародних маркетингових кампаній 4. Підготовка аналітичної доповіді та презентації результатів дослідження</p>
	<p>Лекція 11 2 год.</p>	<p>Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p>

<p>Тема 8. Управління ризиками у міжнародному маркетингу</p> <p>Знати: види ризиків у міжнародному маркетингу, особливості впливу зовнішнього середовища на міжнародну маркетингову діяльність підприємства та методи управління маркетинговими ризиками.</p> <p>Вміти: аналізувати ризики міжнародної маркетингової діяльності, оцінювати вплив політичних, економічних, валютних та соціокультурних факторів на діяльність підприємства та обґрунтовувати шляхи мінімізації ризиків.</p> <p>Формування компетенцій: ЗК1, ЗК4, ЗК6, СК5, СК7</p> <p>Результати навчання: ПРН3, ПРН4, ПРН10</p> <p>Рекомендовані джерела: 2, 5, 6, 8, 9, 10</p> <p>Оцінювання за тему = 8 балів</p>	Практичне заняття 15 год.	Усне опитування, тестування; аналіз політичних, економічних та валютних ризиків міжнародної діяльності; тематична дискусія на тему: «Ризики міжнародного бізнес-середовища»
	Практичне заняття 16 год.	Проведення PEST-аналізу міжнародного ринку; аналіз факторів міжнародного маркетингового середовища; розв'язання ситуаційних завдань
	Самостійна робота 10 год.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Аналіз ризиків міжнародної маркетингової діяльності міжнародних компаній 2. Дослідження методів мінімізації міжнародних маркетингових ризиків 3. Оцінка впливу зовнішнього середовища на міжнародний маркетинг 4. Підготовка аналітичного звіту
<p>Тема 9. Інновації та сучасні тенденції міжнародного маркетингу</p> <p>Знати: сучасні тенденції розвитку міжнародного маркетингу, інноваційні маркетингові технології та особливості цифрової трансформації міжнародного бізнесу.</p> <p>Вміти: аналізувати сучасні тренди міжнародного маркетингу, застосовувати інноваційні маркетингові інструменти та обґрунтовувати напрями розвитку міжнародних маркетингових стратегій підприємства.</p> <p>Формування компетенцій: ЗК4, ЗК6, ЗК8, СК1, СК9, СК10</p> <p>Результати навчання: ПРН1, ПРН6, ПРН9, ПРН15</p> <p>Рекомендовані джерела: 1, 4, 5, 8, 9, 11</p> <p>Оцінювання за тему = 8 балів</p>	Лекція 12 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 17 год.	Усне опитування, тестування; аналіз сучасних міжнародних маркетингових трендів; тематична дискусія на тему: «Цифрова трансформація міжнародного маркетингу»
	Практичне заняття 18 год.	Аналіз міжнародних digital-кейсів; оцінка використання AI, Big Data та омніканальних стратегій у міжнародному маркетингу; розв'язання ситуаційних завдань. Аналіз міжнародних кейсів компаній; розроблення інноваційної маркетингової стратегії підприємства; підготовка та представлення презентації
	Самостійна робота 10 год.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Дослідження сучасних тенденцій міжнародного маркетингу 2. Аналіз інноваційних маркетингових технологій міжнародних компаній 3. Оцінка ефективності digital-інструментів у міжнародному маркетингу 4. Підготовка аналітичного звіту
МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ		
<p>Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран.</p> <p>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 Zoom; Google Workspace for Education, інформації сайту Університету</p>		
ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Keegan W.J., Green M.C. <i>Global Marketing</i>. 10th ed. Pearson Education, 2020. 640 p. URL: https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/global-marketing/P200000003479 		

2. Keller K.L. *Strategic Brand Management*. 5th ed. Pearson, 2020. 608 p. URL: <https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/strategic-brand-management/P200000003184>
3. Doole I., Lowe R., Kenyon A. *International Marketing Strategy: Analysis, Development and Implementation*. 8th ed. Cengage Learning, 2022. 512 p. URL: <https://www.cengage.uk/c/international-marketing-strategy-analysis-development-and-implementation-8e-doole/9781473758663/>
4. Сохацька О.М., Панасюк В.М., Роговська-Ішук І.В., Вінницький С.І. Фундаментальний та технічний аналізи міжнародних ринків. Тернопіль : ЗУНУ, 2022. 309 с. URL: <https://dspace.wunu.edu.ua/items/9f046746-3d72-40ee-b95c-48ae4ddc34a5>
5. Князева Т.В., Колбушкін Ю.П., Петровська С.В. Міжнародний маркетинг : навч. посібник. Київ : НАУ, 2021. 164 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_197_85314676.pdf
6. Маркетинг у підприємстві, біржовій діяльності та торгівлі в smart-суспільстві: управлінський, інноваційний та методичний виміри : *колективна монографія* / за наук. ред. І.В. Перезової. Львів : Видавець Кошовий Б.-П.О., 2023. 869 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_2330_21163336.pdf
7. Шпак Н.О., Грабович І.В. Підходи до оцінювання ефективності використання інструментів маркетингу підприємств // Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2022. Вип. 45. С. 84–90. DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2022-45-15>
8. Onkvisit S., Merz M.A., Shaw J.J. *International Marketing: Strategy and Theory*. 6th ed. Routledge, 2025. URL: <https://www.routledge.com/International-Marketing-Strategy-and-Theory/Onkvisit-Merz-Shaw/p/book/9781032583662>
9. Процишин Ю.Т. Стратегічний маркетинг : *електронний навчальний посібник* для студентів спеціальності 075 МАРКЕТИНГ, ступеня вищої освіти магістр. Тернопіль: ЗУНУ, 2022 .146 с.
10. Сьомкіна Т.В., Згурська О. М. Теоретико-методологічний підхід до вибору стратегій диверсифікації підприємства / Т.В. Сьомкіна, О. М. Згурська // Збірник наукових праць Державного університету телекомунікацій. «Економіка. Менеджмент. Бізнес». – 2019. – № 3 (2019). – С. 25–34. – Режим доступу до журналу: <http://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/issue/view/131>
11. Сьомкіна Т.В., Гужавіна І.В. Фінансова стратегія та її роль в системі управління підприємством Економіка. Менеджмент. Бізнес» № 4(30), 2019 <file:///C:/Users/%D0%9F%D0%9A/Downloads/2343-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-7935-1-10-20200115.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

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

КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ 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. 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 балами за поточну успішність здобувача. Максимальна кількість балів – 60 мінімальна кількість балів – 20.

Якщо студента не допущено до підсумкового контролю, 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 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

Форми контролю / Види навчальної роботи	Оцінювання
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ:	
<i>Робота на заняттях, у т.ч.</i>	
участь у експрес-опитуванні	за кожну правильну відповідь - 0,2 бали
доповідь з презентацією за тематикою самостійної роботи	за кожну презентацію (реферат) максимум - 2 балів (оцінка залежить від повноти розкриття теми, якості інформації, самостійності та креативності матеріалу, якості презентації і доповіді)
усне опитування, тестування	за кожну правильну відповідь – 0,2 бали
рішення практичних задач	за кожну правильну відповідь – 1,0 бали
участь у обговоренні ситуаційного завдання	за кожну правильну відповідь – 1,0 бали
участь у навчальній дискусії	за кожну участь - 0,5 бали
<i>Додаткова оцінка за видами діяльності за тематикою дисципліни</i>	
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: екзамен	Екзамен проходить у письмовій формі. Максимальна оцінка - 40 балів

ПІДСУМКОВА ОЦІНКА ЗА ДИСЦИПЛІНУ

бали	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка /запис в екзаменаційній відомості
90-100	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	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	Відмінно / Зараховано (А)

	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 силябусом, або студент проявляє невпевненість в тлумаченні теоретичних положень чи складних практичних завдань	при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.	
82-89	Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає силябусу 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)
75-81	Студент в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає силябусу 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 силябусу дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	Добре / Зараховано (C)
67-74	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений силябусом 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 усунути за допомогою викладача.	Середній Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни	Задовільно / Зараховано (D)
60-66	Студент має певні знання, передбачені в силябусі 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 силябусу дисципліни	Задовільно / Зараховано (E)
35-59	Студент може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що силябус 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.	Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни	Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не зараховано (FX) В залікову книжку не представляється
0-34	Студент повністю не виконав вимог силябусу навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Студент не допущений до здачі 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 представляється