

СИЛАБУС КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

«МІЖНАРОДНЕ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ»

Лектор курсу		Ромашенко Ольга Сергіївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу			Контактна інформація лектора (e-mail)		o.romashenko@duikt.edu.ua				
Галузь знань		D Бізнес, адміністрування та право			Код курсу GWE		tmqytr6				
Спеціальність		D5 Маркетинг			Рівень вищої освіти		магістр				
Освітня програма		«Міжнародний маркетинг»			Семестр		1				
Обсяг:		Кредитів ECTS		Годин		Тип дисципліни		Обов'язкова			
За видами занять:											
		Лекцій		Семінарських занять		Практичних занять		Лабораторних занять	Самостійна підготовка		
		4		120		18		-	36	-	66

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	Базова
Освітні компоненти для яких є базовою	Стратегії міжнародного маркетингу, переддипломна практика

Мета курсу:	формування у здобувачів вищої освіти системи теоретичних знань і практичних навичок щодо управління міжнародною маркетинговою діяльністю підприємства, розроблення та реалізації маркетингових стратегій на міжнародних ринках, координації маркетингових процесів у глобальному бізнес-середовищі, а також прийняття ефективних управлінських рішень в умовах міжнародної конкуренції та цифровізації економіки.
--------------------	---

Компетентності відповідно до освітньої програми

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)	Hard-skills / Спеціальні компетентності (СК)
ЗК 1. Здатність приймати обґрунтовані рішення ЗК 4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК 5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК 8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.	СК 2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. СК 6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. 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 2.** Вміти адаптувати і застосувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.
- 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 9.** Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
- ПРН 10.** Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.
- ПРН 12.** Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів і програм.
- ПРН 13.** Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.
- ПРН 16.** Використовувати сучасні інформаційні і комунікаційні технології в управлінні маркетинговою діяльністю на національному та міжнародному рівнях.

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми	Вид заняття	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
Розділ 1. «Теоретико-методичні засади міжнародного управління маркетингом»		
<p>Тема 1. Теоретичні засади міжнародного управління маркетингом</p> <p>Сутність, принципи та функції міжнародного управління маркетингом. Особливості управління маркетинговою діяльністю підприємства у міжнародному середовищі. Основні концепції міжнародного маркетингу. Вплив глобалізації та цифровізації на міжнародне управління маркетингом. Міжнародне маркетингове середовище та фактори впливу на управлінські рішення. Особливості управління маркетингом на міжнародних ринках.</p> <p>Знати: теоретичні засади, принципи та особливості міжнародного управління маркетингом.</p> <p>Вміти: аналізувати фактори міжнародного маркетингового середовища та обґрунтовувати управлінські рішення у сфері міжнародного маркетингу.</p> <p>Формування компетенцій: ЗК1, ЗК4, СК2, СК9</p> <p>Результати навчання: ПРН2, ПРН9</p> <p>Рекомендовані джерела: 1–4, 8, 11</p> <p>Оцінювання за тему = 10 балів</p>	Лекція 1 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 1 2 год.	Усне опитування; аналіз факторів міжнародного маркетингового середовища; тематична дискусія на тему: «Роль міжнародного управління маркетингом у глобальному бізнесі».
	Практичне заняття 2 2 год.	Аналіз міжнародних маркетингових стратегій компаній; розв’язання ситуаційних завдань щодо прийняття управлінських рішень на міжнародних ринках.
	Лекція 2 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 3 2 год.	Дослідження впливу глобалізації та цифровізації на міжнародний маркетинг; аналіз міжнародних кейсів; підготовка та представлення презентації.
	Практичне заняття 4 2 год.	Оцінка особливостей управління маркетингом у різних країнах; аналіз сучасних тенденцій міжнародного маркетингу; обговорення результатів дослідження.
	Самостійна робота 12 год.	1. Проаналізувати сучасні концепції міжнародного управління маркетингом. 2. Дослідити вплив глобалізації та цифровізації на міжнародну маркетингову діяльність. 3. Підготувати аналітичний огляд міжнародної маркетингової стратегії компанії.
	<p>Тема 2. Стратегічне та організаційне управління міжнародною маркетинговою діяльністю</p> <p>Стратегічне управління міжнародною маркетинговою діяльністю підприємства. Формування та реалізація міжнародних маркетингових стратегій. Організаційні структури управління міжнародним маркетингом. Координація маркетингової діяльності на міжнародних ринках. Управління міжнародними маркетинговими проектами. Адаптація маркетингової діяльності до умов міжнародного бізнес-середовища.</p> <p>Знати: особливості стратегічного та організаційного управління міжнародною маркетинговою діяльністю підприємства.</p> <p>Вміти: розробляти міжнародні маркетингові стратегії та організувати маркетингову діяльність підприємства на міжнародних ринках.</p> <p>Формування компетенцій: ЗК1, ЗК5, ЗК8, СК6, СК9</p> <p>Результати навчання: ПРН4, ПРН6, ПРН12, ПРН13</p>	Лекція 3 2 год.
Практичне заняття 5 2 год.		Усне опитування; аналіз стратегій міжнародних компаній; тематична дискусія на тему: «Особливості стратегічного управління міжнародним маркетингом».
Практичне заняття 6 2 год.		Розв’язання ситуаційних завдань щодо формування міжнародних маркетингових стратегій; аналіз факторів вибору стратегії.
Лекція 4 2 год.		Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
Практичне заняття 7 2 год.		Аналіз організаційних структур управління міжнародним маркетингом; дослідження міжнародних маркетингових проектів; підготовка презентації.
Практичне заняття 8		Оцінка ефективності міжнародної маркетингової діяльності підприємства; аналіз процесів координації маркетингової діяльності на міжнародних ринках.

<p><i>Рекомендовані джерела:</i> 2–5, 7, 10.</p> <p>Оцінювання за тему = 10 балів</p>	<p>2 год.</p> <p>Самостійна робота 10 год.</p>	<p>1. Проаналізувати міжнародну маркетингову стратегію підприємства. 2. Дослідити особливості організаційного управління міжнародною маркетинговою діяльністю. 3. Обґрунтувати вибір маркетингової стратегії для виходу підприємства на міжнародний ринок.</p>
<p>Тема 3. Управління міжнародними маркетинговими комунікаціями та маркетинговими рішеннями Сутність та особливості міжнародних маркетингових комунікацій. Управління рекламною діяльністю на міжнародних ринках. Digital-комунікації у міжнародному маркетингу. Формування комплексу маркетингових комунікацій у міжнародному середовищі. Управління маркетинговими рішеннями в умовах глобальної конкуренції. Прийняття управлінських рішень у міжнародному маркетингу. Адаптація маркетингових рішень до особливостей міжнародних ринків. Знати: основні інструменти міжнародних маркетингових комунікацій та особливості управління маркетинговими рішеннями на міжнародних ринках. Вміти: формувати систему міжнародних маркетингових комунікацій та обґрунтовувати маркетингові рішення у міжнародному бізнес-середовищі. Формування компетенцій: ЗК4, ЗК5, СК2, СК6, СК10 Результати навчання: ПРН3, ПРН9, ПРН10, ПРН16 <i>Рекомендовані джерела:</i> 1–5, 8, 11.</p> <p>Оцінювання за тему = 10 балів</p>	<p>Лекція 5 2 год.</p>	<p>Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p>
	<p>Практичне заняття 9 2 год.</p>	<p>Усне опитування; аналіз міжнародних рекламних кампаній; тематична дискусія на тему: «Особливості міжнародних маркетингових комунікацій».</p>
	<p>Практичне заняття 10 2 год.</p>	<p>Аналіз digital-інструментів міжнародного маркетингу; оцінка ефективності маркетингових комунікацій; розв’язання ситуаційних завдань.</p>
	<p>Лекція 6 2 год.</p>	<p>Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p>
	<p>Практичне заняття 11 2 год.</p>	<p>Дослідження процесу прийняття маркетингових рішень у міжнародному середовищі; аналіз міжнародних кейсів; підготовка презентації.</p>
	<p>Практичне заняття 12 2 год.</p>	<p>Аналіз адаптації маркетингових рішень до міжнародних ринків; оцінка сучасних тенденцій розвитку міжнародних маркетингових комунікацій.</p>
	<p>Самостійна робота 12 год.</p>	<p>1. Проаналізувати міжнародну маркетингову комунікаційну кампанію компанії. 2. Дослідити сучасні digital-інструменти міжнародного маркетингу. 3. Обґрунтувати маркетингові рішення підприємства для міжнародного ринку.</p>
<p>Розділ 2. «Сучасні інструменти та ефективність міжнародного управління маркетингом»</p>		
<p>Тема 4. Цифрові технології та інструменти у міжнародному управлінні маркетингом Цифровізація міжнародного маркетингу та сучасні digital-інструменти управління маркетинговою діяльністю. CRM-системи, маркетингова автоматизація та аналітичні платформи у міжнародному бізнесі. Використання соціальних мереж, SEO, SMM та контент-</p>	<p>Лекція 7 2 год.</p>	<p>Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p>
	<p>Практичне заняття 13 2 год.</p>	<p>Аналіз офіційних сайтів та соціальних мереж міжнародних компаній; оцінка digital-просування бренду на міжнародному ринку; визначення основних каналів комунікації. Розрахунок та аналіз KPI digital-маркетингу (CTR, CPC, ROI, ROMI); підготовка аналітичного звіту щодо ефективності міжнародної digital-кампанії.</p>

<p>маркетингу у міжнародному середовищі. Big Data та цифрова аналітика в управлінні маркетингом. Оцінка ефективності digital-інструментів у міжнародному маркетингу.</p> <p>Знати: сучасні цифрові технології та інструменти управління міжнародним маркетингом.</p> <p>Вміти: застосовувати digital-інструменти для управління міжнародною маркетинговою діяльністю та оцінювати їх ефективність.</p> <p>Формування компетенцій: ЗК1, ЗК8, СК10</p> <p>Результати навчання: ПРН6, ПРН16</p> <p>Рекомендовані джерела: 2, 3, 5, 9, 10</p> <p>Оцінювання за тему = 10 балів</p>	<p>Практичне заняття 14 2 год.</p>	<p>Робота з Google Trends, SimilarWeb або Meta Ads Library для аналізу міжнародної маркетингової активності компанії; порівняння digital-стратегій конкурентів. Аналіз використання CRM-систем та маркетингової автоматизації міжнародними компаніями; оцінка ефективності email-маркетингу та digital-комунікацій.</p>
<p>Тема 5. Цифрові фінансові технології та кібербезпека у глобальній економіці</p> <p>Сутність та роль фінансових технологій у цифровій глобальній економіці. Електронні платіжні системи та цифрові фінансові сервіси. Інтернет-банкінг, мобільні платежі та криптовалюти. Blockchain-технології у міжнародному бізнесі. Кібербезпека та захист інформації у цифровому середовищі. Основні кіберризиків у міжнародній економічній діяльності. Методи забезпечення інформаційної безпеки у цифровій економіці.</p> <p>Знати: сучасні цифрові фінансові технології та основи кібербезпеки у глобальній економіці.</p> <p>Вміти: аналізувати цифрові фінансові сервіси, оцінювати кіберризиків та застосовувати інструменти захисту інформації у міжнародному бізнесі.</p> <p>Формування компетенцій: ЗК3, ЗК6</p> <p>Результати навчання: ПРН15, ПРН16</p> <p>Рекомендовані джерела: : 1–4, 7, 11, 14.</p> <p>Оцінювання за тему = 10 балів</p>	<p>Самостійна робота 12 год.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Проаналізувати digital-стратегію міжнародної компанії. 2. Дослідити використання SEO, SMM та контент-маркетингу у міжнародному середовищі. 3. Провести оцінку ефективності digital-інструментів міжнародного маркетингу на основі відкритих аналітичних даних.
<p>Тема 6. Контроль, оцінка ефективності та управління ризиками міжнародної маркетингової діяльності</p> <p>Система контролю міжнародної маркетингової діяльності підприємства. Методи оцінки ефективності міжнародного маркетингу. КРІ та показники результативності міжнародної маркетингової</p>	<p>Лекція 8 2 год.</p>	<p>Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p>
<td data-bbox="833 673 1014 809"> <p>Практичне заняття 15 2 год.</p> </td> <td data-bbox="1023 673 2199 809"> <p>Усне опитування; аналіз сучасних цифрових платіжних систем; тематична дискусія на тему: «Кібербезпека у цифровій глобальній економіці». Аналіз Blockchain-технологій та криптовалют у міжнародному бізнесі; розв'язання ситуаційних завдань щодо оцінки кіберризиків.</p> </td>	<p>Практичне заняття 15 2 год.</p>	<p>Усне опитування; аналіз сучасних цифрових платіжних систем; тематична дискусія на тему: «Кібербезпека у цифровій глобальній економіці». Аналіз Blockchain-технологій та криптовалют у міжнародному бізнесі; розв'язання ситуаційних завдань щодо оцінки кіберризиків.</p>
<td data-bbox="833 815 1014 951"> <p>Практичне заняття 16 2 год.</p> </td> <td data-bbox="1023 815 2199 951"> <p>Дослідження інструментів захисту інформації у цифровому середовищі; аналіз міжнародних кейсів кібербезпеки; підготовка та представлення презентації. Оцінка ефективності цифрових фінансових сервісів; аналіз сучасних кіберзагроз у міжнародній економічній діяльності; обговорення шляхів мінімізації кіберризиків.</p> </td>	<p>Практичне заняття 16 2 год.</p>	<p>Дослідження інструментів захисту інформації у цифровому середовищі; аналіз міжнародних кейсів кібербезпеки; підготовка та представлення презентації. Оцінка ефективності цифрових фінансових сервісів; аналіз сучасних кіберзагроз у міжнародній економічній діяльності; обговорення шляхів мінімізації кіберризиків.</p>
<td data-bbox="833 957 1014 1264"> <p>Самостійна робота 12 год.</p> </td> <td data-bbox="1023 957 2199 1264"> <ol style="list-style-type: none"> 1. Проаналізувати сучасні цифрові фінансові технології та платіжні системи. 2. Дослідити вплив Blockchain-технологій на міжнародний бізнес. 3. Навести приклади сучасних кіберзагроз та обґрунтувати методи забезпечення інформаційної безпеки у цифровій економіці. </td>	<p>Самостійна робота 12 год.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Проаналізувати сучасні цифрові фінансові технології та платіжні системи. 2. Дослідити вплив Blockchain-технологій на міжнародний бізнес. 3. Навести приклади сучасних кіберзагроз та обґрунтувати методи забезпечення інформаційної безпеки у цифровій економіці.
<td data-bbox="833 1270 1014 1366"> <p>Лекція 9 2 год.</p> </td> <td data-bbox="1023 1270 2199 1366"> <p>Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p> </td>	<p>Лекція 9 2 год.</p>	<p>Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p>
<td data-bbox="833 1372 1014 1503"> <p>Практичне заняття 17 2 год.</p> </td> <td data-bbox="1023 1372 2199 1503"> <p>Аналіз КРІ міжнародної маркетингової діяльності компанії; оцінка результативності міжнародних маркетингових кампаній на основі відкритих даних. Розрахунок показників ROI, ROMI та ефективності міжнародних маркетингових комунікацій; аналіз практичних кейсів міжнародних компаній.</p> </td>	<p>Практичне заняття 17 2 год.</p>	<p>Аналіз КРІ міжнародної маркетингової діяльності компанії; оцінка результативності міжнародних маркетингових кампаній на основі відкритих даних. Розрахунок показників ROI, ROMI та ефективності міжнародних маркетингових комунікацій; аналіз практичних кейсів міжнародних компаній.</p>

<p>діяльності. Аналіз ефективності міжнародних маркетингових стратегій та комунікацій. Ризики міжнародної маркетингової діяльності та методи їх оцінювання. Управління маркетинговими ризиками в умовах глобальної конкуренції та нестабільності міжнародного середовища.</p> <p>Знати: методи контролю та оцінки ефективності міжнародної маркетингової діяльності, основні види маркетингових ризиків.</p> <p>Вміти: оцінювати ефективність міжнародної маркетингової діяльності та визначати способи мінімізації маркетингових ризиків.</p> <p>Формування компетенцій: ЗК1, ЗК4, СК6, СК9</p> <p>Результати навчання: ПРН6, ПРН10, ПРН13</p> <p>Рекомендовані джерела: 2–5, 8, 12.</p> <p>Оцінювання за тему = 10 балів</p>	<p>Практичне заняття 18 год.</p> <p>Самостійна робота 12 год.</p>	<p>Ідентифікація та оцінка маркетингових ризиків при виході підприємства на міжнародний ринок; аналіз факторів міжнародного бізнес-середовища. Розроблення пропозицій щодо підвищення ефективності міжнародної маркетингової діяльності підприємства; підготовка аналітичного звіту.</p> <p>1. Провести оцінку ефективності міжнародної маркетингової діяльності підприємства за системою KPI.</p> <p>2. Проаналізувати ризики міжнародної маркетингової діяльності компанії та запропонувати заходи щодо їх мінімізації.</p> <p>3. Дослідити методи контролю результативності міжнародного маркетингу.</p>
--	---	---

МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Мультимедійний проєктор, 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 Zoom; Google Workspace for Education, інформації сайту Університету

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Keegan W.J., Green M.C. *Global Marketing*. 10th ed. Pearson Education, 2020. URL: <https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/global-marketing/P200000005945/9780135638965>
2. Cateora P.R., Gilly M.C., Graham J.L. *International Marketing*. 18th ed. McGraw-Hill Education, 2020. URL: <https://www.mheducation.com/highered/product/international-marketing-cateora-gilly/M9781260575541.html>
3. Doole I., Lowe R., Kenyon A. *International Marketing Strategy: Analysis, Development and Implementation*. 8th ed. Cengage Learning, 2022. URL: <https://www.cengage.uk/c/international-marketing-strategy-analysis-development-and-implementation-8e-doole/9781473758663/>
4. Виноградова О., Дименко О., Ігнатенко О., Совершенна І., Дарчук В., Снітко А. Ensuring the financial stability of the enterprise with performance marketing tools. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2024. № 3(56). URL: <https://doi.org/10.55643/fcaptop.3.56.2024.4403>
5. Шпак Н.О., Грабович І.В. Підходи до оцінювання ефективності використання інструментів маркетингу підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2022. Вип. 45. С. 84–90. URL: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2022-45-15>
6. Перезовова І.В. Маркетинг у підприємстві, біржовій діяльності та торгівлі в smart-суспільстві: управлінський, інноваційний та методичний виміри : *колективна монографія*. Львів : Видавець Кошовий Б.-П.О., 2023. 869 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_2330_21163336.pdf
7. Григор'єв Г.С. Міжнародна економіка: практикум. Київ : НАУКМА., 2024. 145 с. URL:
8. Маркетинг в умовах цифрової трансформації та глобальної інформатизації : кол. монографія / за ред.: О. П. Косенко.. Харків : НТУ “ХПІ”, 2026. 266 с. <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/99634>
9. Ромашенко О.С., Дарчук В.Г., Качмала В.І., Снітко А.С. Система показників оцінки ефективності управління маркетинговою діяльністю. *Бізнес Інформ*. 2025. №1. URL: https://www.business-inform.net/article/?year=2025&abstract=2025_1_0_471_479
10. Voskoboeva O.V., Romashchenko O.S. Strategic planning of the organizational structure of the enterprise. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2020. №4(14). С. 5–11. URL: <https://economics.net.ua/ejopu/2020/No4/5.pdf>

11. Григорова-Беренда Л. І., Шуба М. В. Теорія і практика зовнішньої торгівлі : *навчальний посібник*, – 2-ге вид., випр., перероб. і доп. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2023. 136 с.
12. Поліщук І.І., Довгань Ю.В. Оцінка ефективності використання маркетингового потенціалу підприємства. *Modern Engineering and Innovative Technologies*. 2022. Issue 21. Part 2. С. 65–72. URL: <https://doi.org/10.30890/2567-5273.2022-21-02-021>

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 Perezарухування 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
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: 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 розглядаються. Зменшення 100-бальної оцінки може бути пов'язане з недостатнім розкриттям питань, що стосуються 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 (А)
82-89	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 (В)
75-81	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 (С)
67-74	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 усунути за допомогою викладача.	Середній Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни	Задовільно / Зараховано (D)
60	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,	Середній Є мінімально допустимим у всіх складових	Задовільно / Зараховано (E)

	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	силабусу дисципліни	
35-59	Студент може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що си́лабус 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 си́лабусу 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