

## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ ОСОБИСТОСТІ»

Лектор курсу			Єсмаханова Алуа Умурзаківна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу		Контактна інформація лектора (e-mail), посилання в GWE		e-mail: dudofftt@gmail.com; посилання в GWE <a href="#">ifjxol</a>	
Галузь знань			07 Управління та адміністрування		Рівень вищої освіти		бакалавр	
Спеціальність			075 Маркетинг		Семестр		--	
Освітня програма			«Маркетинг»		Тип дисципліни		Вибіркова	
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:					
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка	
	5	150	18	-	36	-	96	

### АНОТАЦІЯ КУРСУ

#### Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	Дисципліна вільного вибору, рекомендовані для здобувачів вищої освіти освітнього рівня «Бакалавр»
Освітні компоненти для яких є базовою	

<b>Мета курсу:</b>	формування та розвиток у студентів загальних і професійних компетентностей щодо управління особистістю та міжособистісною взаємодією за рахунок системи методів впливу, спрямованих на клієнтів, потенційних клієнтів і партнерів, та побудови брендингу особистості для успішного розвитку кар'єри.
--------------------	--

#### Компетентності відповідно до освітньої програми

##### Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)

- ЗК 4.** Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями, генерувати нові ідеї.
- ЗК 5.** Здатність виявляти ініціативу та підприємливість, мотивувати людей та рухатися до спільної мети, бути наполегливим у досягненні поставлених завдань і взятих обов'язків.
- ЗК 7.** Здатність застосовувати професійні знання у практичних ситуаціях, уміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, приймати обґрунтовані рішення.
- ЗК 11.** Здатність працювати в команді та автономно, навички міжособистісної взаємодії.

##### Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетентності (ПП)

- ПП 3.** Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
- ПП 12.** Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
- ПП 14.** Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

##### Програмні результати навчання (ПРН)

- ПРН 1.** Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
- ПРН 10.** Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
- ПРН 12.** Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
- ПРН 13.** Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
- ПРН 14.** Виконувати функціональні обов'язки в групі під керівництвом лідера, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
- ПРН 16.** Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
- ПРН 18.** Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

### ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми	Вид заняття	Оцінювання за тему	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
<b>Розділ 1 «МІСЦЕ МАРКЕТИНГУ ОСОБИСТОСТІ В КЛАСІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ»</b>			
<b>Тема 1. Місце маркетингу особистості в соціально-економічній системі</b> <u>Знати:</u> поняття маркетингу особистості, його роль і місце в системі маркетингу <u>Вміти:</u> розуміти місце маркетингу особистості в маркетингу різних організацій та в суспільстві <u>Формування компетенцій:</u> ЗК 4, ПП 3 <u>Результати навчання:</u> ПРН 1 <u>Рекомендовані джерела:</u> 1, 2, 5, 6			
<b>Заняття 1.1.</b> Загальна характеристика маркетингу особистості. Актуальність та місце маркетингу особистості в соціально-економічній системі і його роль в суспільстві. Особистість і його місце в структурі соціуму.	Лекція 1 2 год.		Пояснювально – ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
<b>Заняття 1.2.</b> Специфіка сучасного ринку праці і необхідність знання про особистість. Система виробничих вимог до фахівця.	Практичне заняття 1 2 год.	4 бали	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія «Специфіка сучасного ринку праці», обговорення ситуаційного завдання
<b>Заняття 1.3.</b> Людина як елемент системи виробництва, його місце у виробничій структурі. Місце маркетингу особистості в маркетингу різних організацій.	Практичне заняття 2 2 год.	4 бали	Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни; навчальна дискусія «Система вимог до ефективного маркетолога»
<b>Тема 2. Особистість: структура та особливості формування</b> <u>Знати:</u> поняття особистості та чинники впливу на неї <u>Вміти:</u> ідентифікувати психічні явища, процеси і властивості особистості, що впливають на діяльність людини <u>Формування компетенцій:</u> ЗК 4, ПП 3, ПП 12 <u>Результати навчання:</u> ПРН 1 <u>Рекомендовані джерела:</u> 1, 4-6			
<b>Заняття 2.1.</b> Особистість як суб'єкт суспільних відносин. Формування особистості і фактори впливу (соціум і культура). Соціалізація як процес засвоєння культурних норм і освоєння соціальних ролей. Соціальна взаємодія як система взаємообумовлених соціальних дій.	Лекція 2 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
<b>Заняття 2.2.</b> Індивідуальні особливості та структура особистості. Поняття особистості та особистісний підхід в психології.	Практичне заняття 3 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія. Діагностика особистості.
<b>Заняття 2.3.</b> Стійкі психічні явища, процеси і властивості особистості, що впливають на діяльність людини і характеризують його з соціального та психологічного боку.	Практичне заняття 4 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія «Формування особистості і фактори впливу (соціум і культура)», доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
<b>Тема 3. Егомаркетинг як концепція саморозвитку і самоствердження</b> <u>Знати:</u> сутність та принципи егомаркетингу, основи самопізнання і саморозвитку <u>Вміти:</u> вибудовувати зв'язки в суспільстві, виявляти, розвивати і задовольняти суспільні та міжособистісні потреби <u>Формування компетенцій:</u> ЗК 4, ЗК 5, ЗК 11, ПП 12			

<b>Результати навчання:</b> ПРН 10, ПРН 12, ПРН 13 <b>Рекомендовані джерела:</b> 1-5			
<b>Заняття 3.1.</b> Принципи і сутність егомаркетингу. Егомаркетинг як самостійний напрям і об'єкт наукових досліджень. Формування особистості, самопізнання і саморозвиток, потреби і можливості, вибудовування зв'язків в суспільстві, виявлення, розвиток і задоволення суспільних, міжособистісних потреб.	Лекція 3 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
<b>Заняття 3.2.</b> Потреби при взаємодії особистості з різними зовнішніми структурами та суб'єктами. Основні принципи прийняття поведінкових рішень.	Практичне заняття 5 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія «потреби і можливості»
<b>Заняття 3.3.</b> Роль діяльності з виявлення сукупності правил, що вживаються людиною для створення, підтримки або зміни думки і/або поведінки конкретної особи, для забезпечення найбільш раціонального задоволення його потреб та аналізу його можливостей.	Практичне заняття 6 2 год.	2 бали	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія, вправа «складання програми реалізації потенціалу особистості (знань, умінь, талантів, навичок)»
<b>Тема 4. Подання особистості на ринку</b> <b>Знати:</b> ознаки маніпулятивного впливу в комунікаціях, відмінності між маніпулюванням масовою свідомістю та індивідуальною в міжособистісних відносинах <b>Вміти:</b> застосовувати маніпулятивні технології у маркетингу особистості, управляти міжособистісними стосунками <b>Формування компетенцій:</b> ЗК 4, ЗК 11, ПП 12, ПП 14 <b>Результати навчання:</b> ПРН 10 <b>Рекомендовані джерела:</b> 1-4, 7			
<b>Заняття 4.1.</b> Маніпулятивна природа соціуму. Витрати соціального розшарування, як передумови маніпуляції особистості. Мораль, цінності, норми і правила. Місце маніпуляції в людських відносинах. Суб'єктності та об'єктності полюсу на ціннісній осі.	Лекція 4 2 год.		Пояснювально – ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
<b>Заняття 4.2.</b> Шкала міжособистісних відносин. Відмінні властивості між маніпулюванням масовою свідомістю та індивідуальною в міжособистісних відносинах.	Практичне заняття 7 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни, ділова гра «Маніпулювання масовою свідомістю та індивідуальне в міжособистісних відносинах»
<b>Заняття 4.3.</b> Маніпулятивні технології в маркетингу особистості. Ознаки маніпулятивного впливу. Управління міжособистісними стосунками.	Практичне заняття 8 2 год.	2 бали	Тренінг з розвитку навичок управління міжособистісними стосунками
<b>Тема 5. Роль міжособистісного спілкування у маркетингу особистості</b> <b>Знати:</b> поняття міжособистісних комунікацій, їхні види та класифікації, особливості структури спілкування, поняття, функції та типи конфліктів <b>Вміти:</b> застосовувати методики вирішення конфліктів, виявляти та руйнувати стереотипи, вести міжособистісні комунікації <b>Формування компетенцій:</b> ЗК 4, ЗК 5, ЗК 7, ЗК 11, ПП 3 <b>Результати навчання:</b> ПРН 10, ПРН 16 <b>Рекомендовані джерела:</b> 1, 3-7			
<b>Заняття 5.1.</b> Поняття міжособистісних комунікацій, його види та класифікація. Особливості структури спілкування.	Лекція 5 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів

Конфлікти. Поняття, функції та типи конфліктів.			
<b>Заняття 5.2.</b> Основні етапи процесу конфлікту. Методи вирішення конфліктів. Стереотипи: способи виявлення та руйнування.	Практичне заняття 9 2 год.	2 бали	Навчальна дискусія, ділова гра «Стереотипи: способи виявлення та руйнування»
<b>Заняття 5.3.</b> Особливості поняття, функції та процес формування. Соціальні стереотипи, установки і забобони.	Практичне заняття 10 2 год.	4 бали	Проведення модульного контролю №1 «Місце маркетингу особистості в класі соціально-економічних систем»
	<b>Самостійна робота</b>		
<b>Тема 1.</b> Місце маркетингу особистості в соціально-економічній системі.	10	2 бали	Роль і місце маркетингу особистості в системі маркетингу. Еволюційна ринкова концепція взаємодії економічних суб'єктів і загально визнаних цінностей.
<b>Тема 2.</b> Особистість: структура та особливості формування.	10	2 бали	Проблеми маркетингу особистості і можливості їх розв'язання. Особливості емоційного стану, самооцінки, особистісних характеристик особистості.
<b>Тема 3.</b> Егомаркетинг як концепція саморозвитку і самоствердження.	10	2 бали	Поняття концепції его-маркетингу. Міжособистісне сприйняття, потреби і мотивації.
<b>Тема 4.</b> Подання особистості на ринку.	10	2 бали	Міжособистісне спілкування як домінанта маркетингу особистості. Ознаки маніпулятивного впливу в комунікаціях. Мовні маніпуляції і поняття емоційно-оцінних перемикань.
<b>Тема 5.</b> Роль міжособистісного спілкування у маркетингу особистості.	10	2 бали	Сенс маніпулятивної природи соціуму. Поняття вектора впливу і його використання при маніпуляції.
<b>Розділ 2 «ПЕРСОНАЛЬНИЙ БРЕНДИНГ»</b>			
<b>Тема 6. Основні етапи створення персонального бренду</b>			
<b>Знати:</b> основні риси ефективного персонального бренду, рівні розвитку і основні етапи розробки персонального бренду, основні методи діагностики особистості			
<b>Вміти:</b> будувати персональний бренд, застосовувати методи діагностики особистості			
<b>Формування компетенцій:</b> ЗК 4, ЗК 7, ПП 12, ПП 14			
<b>Результати навчання:</b> ПРН 12, ПРН 14, ПРН 16			
<b>Рекомендовані джерела:</b> 1-6			
<b>Заняття 6.1.</b> Еволюція розвитку бізнесу. Передумови виникнення концепції персонального брендингу. Співвіднесення понять маркетинг і брендинг. Підходи до побудови персонального бренду. Еволюція концепцій в області персонального маркетингу і брендингу.	Лекція 6 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
<b>Заняття 6.2.</b> Сислове поле і визначення понять «персональний бренд», «автентичний персональний бренд». Формула персонального бренду. Основні риси ефективного персонального бренду.	Практичне заняття 11 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія «Автентичний персональний бренд», тренінг «Самопроєктування»
<b>Заняття 6.2.</b> Рівні розвитку персонального бренду. Стратегія персонального бренду. Основні етапи розробки персонального бренду. Поняття самопроєктування. Основні методи діагностики особистості.	Практичне заняття 12 2 год.	2 бали	Основні методи діагностики особистості. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни

<p><b>Тема 7. Професійний розвиток персонального бренду молодого фахівця</b>  <b>Знати:</b> основу професійного самовизначення, складові іміджу молодого фахівця  <b>Вміти:</b> здійснити вибір пріоритетного напрямку діяльності на основі персональної ідентичності, будувати особистий імідж  <b>Формування компетенцій:</b> ЗК 4, ЗК 7, ПП 12, ПП 14  <b>Результати навчання:</b> ПРН 12, ПРН 13, ПРН 18  <b>Рекомендовані джерела:</b> 1-6</p>			
<p><b>Заняття 7.1.</b> Професійне самовизначення, вибір пріоритетного напрямку діяльності на основі персональної ідентичності. Квадрант грошового потоку Р. Кийосаки. Професійна Я-концепція. Якірна модель професійного розвитку.</p>	<p>Лекція 7 2 год.</p>		<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p>
<p><b>Заняття 7.2.</b> Основні моделі компетенцій. Зіставлення цінностей персонального бренду і обраної компанії. Важливість розвитку емоційного інтелекту.</p>	<p>Практичне заняття 13 2 год.</p>	<p>2 бали</p>	<p>Усне опитування, тестування, навчальні дискусії: «Професійна Я-концепція»; «Якірна модель професійного розвитку»; «Зіставлення цінностей персонального бренду і обраної компанії»</p>
<p><b>Заняття 7.3.</b> Імідж молодого фахівця. Розкриття ідентичності в одязі відповідно до професійної області і дрес-коду.</p>	<p>Практичне заняття 14 2 год.</p>	<p>2 бали</p>	<p>Усне опитування, тестування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни</p>
<p><b>Тема 8. Ідентичність як основа персонального брендингу. Архетипи в персональному брендингу</b>  <b>Знати:</b> основні моделі ідентичності в персональному брендингу  <b>Вміти:</b> здійснювати ефективне використання теорії архетипів в брендингу  <b>Формування компетенцій:</b> ЗК 4, ЗК 7, ПП 3  <b>Результати навчання:</b> ПРН 12, ПРН 18  <b>Рекомендовані джерела:</b> 1, 3-6</p>			
<p><b>Заняття 8.1.</b> Поняття індивідуальності, ідентифікації та ідентичності. Основні моделі ідентичності в персональному брендингу.</p>	<p>Лекція 8 2 год.</p>		<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p>
<p><b>Заняття 8.2.</b> Використання теорії архетипів в брендингу. Опис основних архетипів: їх відмінні технічні характеристики, рівні, можливі способи прояви.</p>	<p>Практичне заняття 15 2 год.</p>	<p>2 бали</p>	<p>Усне опитування, тестування, навчальна дискусія</p>
<p><b>Заняття 8.3.</b> Розбір прикладів архетипів відомих особистостей.</p>	<p>Практичне заняття 16 2 год.</p>	<p>2 бали</p>	<p>Навчальна дискусія «Розбір прикладів архетипів відомих особистостей». доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни</p>
<p><b>Тема 9. Розробка стратегії і способів просування персонального бренду</b>  <b>Знати:</b> особливості позиціонування персонального бренду, основні онлайн і оффлайн канали просування персонального бренду  <b>Вміти:</b> створювати план просування особистого бренду, транслювати характерні особливості я-бренду через основні канали просування  <b>Формування компетенцій:</b> ЗК 4, ЗК 5, ПП 12, ПП 14  <b>Результати навчання:</b> ПРН 12, ПРН 16, ПРН 18  <b>Рекомендовані джерела:</b> 1-6</p>			
<p><b>Заняття 9.1.</b> STP-модель в персональному брендингу. Місія та бачення персонального бренду. Особисті і персональні цілі по SMART. Поняття цільової аудиторії і цільових груп. SWOT-аналіз.</p>	<p>Лекція 9 2 год.</p>		<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p>

<b>Заняття 9.2.</b> Позичонування персонального бренду. Комплекс маркетингу (4, 7 Р). Основні онлайн і офлайн канали просування персонального бренду.	Практичне заняття 17 год.	2 бали	Усне опитування, тренінг «Трансляція характерних особливостей я-бренду через основні канали просування (сайт, соц. мережі, спеціалізовані ресурси тощо), доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
<b>Заняття 9.3.</b> Трансляція характерних особливостей я-бренду через основні канали просування (сайт, соціальні мережі, спеціалізовані ресурси тощо).	Практичне заняття 18 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія. Проведення модульного контролю №2 «Персональний брендинг»
<b>Самостійна робота</b>			
<b>Тема 6.</b> Основні етапи створення персонального бренду.	10	2 бали	Співвіднесення понять маркетинг і брендинг. Формула персонального бренду.
<b>Тема 7.</b> Міжнародний маркетинговий комплекс: товарна політика.	10	2 бали	Стратегія персонального бренду. Квадрант грошового потоку Р. Кийосаки.
<b>Тема 8.</b> Професійний розвиток персонального бренду молодого фахівця.	10	2 бали	Основні моделі компетенцій. Поняття індивідуальності, ідентифікації та ідентичності.
<b>Тема 9.</b> Розробка стратегії і способів просування персонального бренду.	10	2 бали	STP-модель в персональному брендингу. Особисті і персональні цілі по SMART.
<b>МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Комп'ютери з програмним забезпеченням для виконання практичних робіт: GoogleDocs, GoogleAnalytics, GoogleTrends – проведення та оцінка маркетингових досліджень; NohliBuilder, GoogleCharts, Vizualize – онлайн сервіси для створення інфографіки; Microsoft PowerPoint – візуалізація даних; Microsoft Power BI – аналітика та візуалізація даних;</li> <li>• Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран</li> </ul>			
<b>ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Маркетинг особистості. Навчально-методичні матеріали в системі Moodle - <a href="https://dn.dut.edu.ua/course/view.php?id=150">https://dn.dut.edu.ua/course/view.php?id=150</a></li> <li>2. Виноградова О. В. Сучасні види маркетингу. Навчальний посібник. – Київ: ДУТ, 2019. – 262 с. - <a href="http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/743/view/1703">http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/743/view/1703</a></li> <li>3. Плахотнікова Л.О. Маркетинг: практикум. Частина II. Навчальний посібник. – Київ: ДУТ, 2019. – 108 с. - <a href="http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1707_97507936.pdf">http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1707_97507936.pdf</a></li> <li>4. Петруня Ю. Є., Петруня В. Ю. Маркетинг : навчальний посібник – 3-тє вид., переробл. і доповн. – Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2016. – 362 с. - <a href="http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1656_31348223.pdf">http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1656_31348223.pdf</a></li> <li>5. Чкан А. С. Самоменеджмент : навчальний посібник для студентів освітньо- кваліфікаційного рівня «бакалавр» напрямку підготовки «Менеджмент» / А.С. Чкан, С.В. Маркова, Н.М. Коваленко. – Запоріжжя: ЗНУ, 2014. – 84 с. - <a href="http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/1097">http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/1097</a></li> <li>6. Орликовський М.О., Осовська Г.В., Ткачук В.І. Самоменеджмент: практикум: навч. посіб. для студ. екон. вузів/ Орликовський М.О., Осовська Г.В., Ткачук В.І. - К.: Кондор-Видавництво, 2012. -410 с. - <a href="http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/1097">http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/1097</a></li> <li>7. Виноградова О.В., Литвинова О.В., Пілігрим К.І. Сутність інструментів гейміфікації в системі мотивації персоналу. Економіка. Менеджмент. Бізнес. Збірник наукових праць. - Київ:ДУТ, 2017. - № 4 (18). - <a href="https://bit.ly/32gorkw">https://bit.ly/32gorkw</a></li> </ol>			
<b>ПОЛІТИКА КУРСУ («ПРАВИЛА ГРИ»)</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Курс передбачає роботу в колективі.</li> <li>• Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.</li> <li>• Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу.</li> <li>• Самостійна робота включає в себе теоретичне вивчення питань, що стосуються тем лекційних занять, які не ввійшли в теоретичний курс, або ж були розглянуті коротко, їх поглиблена проробка за рекомендованою літературою.</li> <li>• Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.</li> <li>• Якщо здобувач відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.</li> </ul>			

- Здобувач, який спізнився без поважної причини, вважається таким, що пропустив заняття з виставленням 0 балів за заняття, і при цьому має право бути присутнім на занятті.
- За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни здобувач за виконання завдання отримує 0 балів
- За ініціативою викладача зміст даного курсу планується оновлювати щорічно, враховуючи зміни у законодавстві України, наукові досягнення .. Здобувачі також можуть долучатись до оновлення дисципліни шляхом подання пропозицій викладачу стосовно новітніх змін .. За таку ініціативу студенти можуть отримати додаткові бали.

### НЕФОРМАЛЬНА ТА ІНФОРМАЛЬНА ОСВІТА

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://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://duikt.edu.ua/uploads/p\\_447\\_35048489.pdf](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/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://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://duikt.edu.ua/uploads/p\\_447\\_96297052.pdf?2](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_96297052.pdf?2)

### КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Умовою допуску до підсумкового контролю є виконання всіх практичних робіт і виконання самостійних завдань, які передбачені структурою освітньої компоненти «Маркетинг особистості»

Якщо здобувача вищої освіти не допущено до складання заліку, як такого, що не виконав індивідуальний план, йому надається час до перескладання для виконання всіх вимог допуску. Здобувач має право на два перескладання. При повторному перескладанні, залік може приймати комісія, яка створюється директором ННІМП. Оцінка комісії є остаточною. Отримання студентом 0 балів (неприйнятно) тягне відрахування за невиконання навчального плану.

Оцінювання студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою і складається із двох основних оцінкових блоків і розподіляється в певних пропорціях 60 (бали напрацьовані під час вивчення дисципліни – Поточний контроль), 40 (підсумкове оцінювання - Залік):

Форми контролю	Види навчальної роботи	Оцінювання
<b>ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ</b>	<i>Робота на заняттях, у т.ч.:</i>	
	• Виконання практичних робіт	40 балів
	• Самостійна робота	20 балів
<b>ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ Залік</b>	Залік проходить в усній формі.	40 балів
	<b>Додаткова оцінка</b>	<b>Оцінювання</b>
<b>Види навчальної роботи</b>		

Участь у наукових конференціях, підготовка наукових публікацій за тематикою освітньої компоненти:	
Тези доповіді на фаховій конференції	3 бали
Стаття у фаховому виданні	5 балів
Стаття в іноземному рецензованому виданні	10 балів
<b>Максимальна кількість додаткових балів, які можуть бути зараховані здобувачу освіти - 10 балів</b>	

<b>ПІДСУМКОВА ОЦІНКА ЗА ДИСЦИПЛІНУ</b>			
<b>бали</b>	<b>Критерії оцінювання</b>	<b>Рівень компетентності</b>	<b>Оцінка /зачис в заліковій відомості</b>
<b>90-100</b>	Студент демонструє повні й міцні знання навчального матеріалу в обсязі, що відповідає робочій програмі дисципліни, правильно й обгрунтовано приймає необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях. Вміє реалізувати теоретичні положення дисципліни в практичних розрахунках, аналізувати та співставляти дані об'єктів діяльності фахівця на основі набутих з даної та суміжних дисциплін знань та умінь. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включатись в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються. Зменшення 100-бальної оцінки може бути пов'язане з недостатнім розкриттям питань, що стосується дисципліни, яка вивчається, але виходить за рамки об'єму матеріалу, передбаченого робочою програмою, або студент проявляє невпевненість в тлумаченні теоретичних положень чи складних практичних завдань.	<b>Високий</b> Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в робочій програмі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.	Відмінно / Зараховано (A)
<b>82-89</b>	Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає робочій програмі 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.	<b>Достатній</b> Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни	Добре / Зараховано (B)
<b>75-81</b>	Студент в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає робочій програмі 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.	<b>Достатній</b> Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	Добре / Зараховано (C)
<b>64-74</b>	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений робочою програмою 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.	<b>Середній</b> Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни	Задовільно / Зараховано (D)
<b>60-63</b>	Студент має певні знання, передбачені в робочій програмі 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.	<b>Середній</b> Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни	Задовільно / Зараховано (E)
<b>35-59</b>	Студент може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що програму навчальної дисципліни студент виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є невірними, необгрунтованими.	<b>Низький</b> Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни	Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не зараховано (FX) В залікову



1-34	<p>Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у студента відсутні.</p> <p>Студент повністю не виконав вимог робочої програми навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Студент не допущений до здачі заліку.</p>	<p><b>Незадовільний</b></p> <p>Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни</p>	<p><i>книжку не представляється</i></p> <p>Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням / Не допущений (F) <i>В залікову книжку не представляється</i></p>
------	---	---	---