

## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «КРОСКУЛЬТУРНИЙ МАРКЕТИНГ»

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

### АНОТАЦІЯ КУРСУ

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

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

<b>Мета курсу:</b>	ознайомити здобувачів із сучасним процесом створення і застосування технологій управління культурним різнобарв'ям в умовах економічної глобалізації в інформаційному суспільстві.
--------------------	---

#### Компетентності відповідно до освітньої програми

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

**ЗК 4.** Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

**ЗК 5.** Навички міжособистісної взаємодії.

**ЗК 7.** Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

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

**ПП 1.** Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.

**ПП 6.** Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.

**ПП 7.** Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.

**ПП 10.** Здатність використовувати інформаційні і комунікаційні технології в управлінні маркетинговою діяльністю.

##### Програмні результати навчання (ПРН)

**ПРН 1.** Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.

**ПРН 4.** Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.

**ПРН 8.** Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.

**ПРН 10.** Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.

**ПРН 13.** Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.

**ПРН 14.** Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

### ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми	Вид заняття	Оцінювання за тему	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
<b>Розділ 1 «ФОРМУВАННЯ КРОС-КУЛЬТУРНИХ КОМУНІКАЦІЙ»</b>			

<p><b>Тема 1. Предмет навчальної дисципліни «крос-культурні підприємницькі комунікації» та становлення глобальної споживчої культури</b>  <b>Знати:</b> основи культурної орієнтації суспільства, особливості впливу культури на поведінку людей, аспекти ціннісної орієнтації суспільства  <b>Вміти:</b> визначати культурну та ціннісну орієнтації суспільства  <b>Формування компетенцій:</b> ЗК 5, ПП 6, ПП 10  <b>Результати навчання:</b> ПРН 4, ПРН 14  <b>Рекомендовані джерела:</b> 1, 2, 4, 7</p>			
Заняття 1.1. Основи культурної орієнтації суспільства. Цінності. Ставлення. Вплив культури на поведінку людей.	Лекція 1 2 год		Пояснювально – ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
Заняття 1.2. Аспекти ціннісної орієнтації суспільства. Сприйняття. Ставлення до навколишнього світу. Відносини. Діяльність.	Практичне заняття 1 2 год	4 бали	Усне опитування, навчальна дискусія «Проблема становлення глобальної споживчої культури»
Заняття 1.3. Сприйняття часу та простору. Сприйняття людини. Ставлення до навколишнього світу.	Практичне заняття 2 4 год	4 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
<p><b>Тема 2. Передумови формування крос-культурних підприємницьких комунікацій, їхні елементи та класифікація</b>  <b>Знати:</b> поняття культури та рівні культурного програмування, основні типології ділових культур за Ф. Тромпенаарсом, Р. Люїсом, Е. Холлом  <b>Вміти:</b> класифікувати параметри культур, розрізняти типології ділових культур за Ф. Тромпенаарсом, Р. Люїсом, Е. Холлом  <b>Формування компетенцій:</b> ЗК 4, ЗК 5, ПП 1, ПП 10  <b>Результати навчання:</b> ПРН 1, ПРН 4  <b>Рекомендовані джерела:</b> 1, 4-7</p>			
Заняття 2.1. Поняття культури та рівні культурного програмування. Класифікація параметрів культур.	Лекція 2 2 год		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
Заняття 2.2. Типові реакції на незнайомі культури. Основні типології ділових культур за Ф. Тромпенаарсом, Р. Люїсом, Е. Холлом.	Практичне заняття 3 4 год	4 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
<p><b>Тема 3. Моделі світових ділових культур і національні відзнаки крос-культурних підприємницьких комунікацій</b>  <b>Знати:</b> Моделі світових ділових культур, виміри культури за Г. Хофстеде та GLOBE  <b>Вміти:</b> розрізняти культури за критеріями, сформованими Г. Хофстеде  <b>Формування компетенцій:</b> ЗК 4, ПП 1, ПП 6  <b>Результати навчання:</b> ПРН 4, ПРН 8  <b>Рекомендовані джерела:</b> 1, 3-8</p>			
Заняття 3.1. Моделі світових ділових культур. Виміри культури за Г. Хофстеде та GLOBE. Дистанція від влади (висока-низька). Відособленість (індивідуалізм-колективізм). Напористість (маскуліність, фемінність).	Лекція 3 2 год		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
Заняття 3.2. Уникнення невизначеності (неприйняття невизначеності). Стратегічне мислення (короткострокова, довгострокова орієнтація). Допущення (індульгенція).	Практичне заняття 4 4 год	4 бали	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія, ділова гра «Застосування моделі світових крос-культурних підприємницьких комунікацій»
<p><b>Тема 4. Бізнес-середовище організації та крос-культурні маркетингові рішення</b>  <b>Знати:</b> предмет кроскультурного менеджменту, проблеми міжкультурного спілкування, особливості управління бізнесом на стику культур</p>			

<p><b>Вміти:</b> долати міжкультурні конфлікти, розуміти повідомлення у різних культурах, управляти бізнесом на стику культур</p> <p><b>Формування компетенцій:</b> ЗК 4, ЗК 5, ЗК 7, ПП 6, ПП 10</p> <p><b>Результати навчання:</b> ПРН 4, ПРН 8, ПРН 10</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> 1-8</p>			
Заняття 4.1. Предмет кроскультурного менеджменту. Проблеми міжкультурного спілкування.	Лекція 4 2 год		Пояснювально – ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
Заняття 4.2. Причини міжкультурних конфліктів і шляхи їх подолання.	Практичне заняття 5 4 год	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
Заняття 4.3. Аспекти розуміння повідомлень у різних культурах. Управління бізнесом на стику культур і проблема культурного капіталу компанії.	Лекція 5 2 год		Пояснювально – ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
Заняття 4.4. Комунікації в інтернаціональній команді.	Практичне заняття 6 2 год	4 бали	Модульний контроль №1 «Формування крос-культурних комунікацій»
<b>Самостійна робота</b>			
Тема 1. Предмет навчальної дисципліни «крос-культурні підприємницькі комунікації» та становлення глобальної споживчої культури.	10	2 бали	Виникнення, предмет і методологія навчальної дисципліни «Крос-культурні підприємницькі комунікації».
Тема 2. Передумови формування крос-культурних підприємницьких комунікацій, їх елементи та класифікація.	10	2 бали	Культура як системне поняття. Споживча культура.
Тема 3. Моделі світових ділових культур і національні відзнаки крос-культурних підприємницьких комунікацій.	10	2 бали	Канал комунікації. Крос-культурні комунікації в бізнесі.
Тема 4. Бізнес-середовище організації та крос-культурні маркетингові рішення.	10	4 бали	Класифікація крос-культурних підприємницьких комунікацій та їх методи. Ціннісна орієнтація культур.
<b>Розділ 2 «ПРОЦЕС ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ СПОЖИВАЧІВ ТА ПОВЕДІНКОВА РЕАКЦІЯ»</b>			
<p><b>Тема 5. Крос-культурна еволюція корпоративних культур і формування корпоративного іміджу</b></p> <p><b>Знати:</b> культурні цінності, культурні розходження та стилі управління у світі</p> <p><b>Вміти:</b> функціонувати на ринку, враховуючи культурні розходження, формувати корпоративний імідж</p> <p><b>Формування компетенцій:</b> ЗК 4, ПП 1, ПП 6, ПП 7</p> <p><b>Результати навчання:</b> ПРН 13, ПРН 14</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> 1-5, 7, 8</p>			
Заняття 5.1. Менеджмент та культурні цінності. Культурні розходження та стилі управління. Переконавання як причини потенційних проблем у роботі.	Лекція 6 2 год		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
Заняття 5.2. Культурні параметри виробничих відносин. Реакції різних культур на встановлені твердження. Формування корпоративного іміджу.	Практичне заняття 7 4 год	4 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни, тренінг «Використовувати крос-культурну еволюцію корпоративних культур»

<p><b>Тема 6. Командне управління, лідерство та врегулювання конфліктів в крос-культурних комунікаціях</b>  <b>Знати:</b> основні теорії та аспекти лідерства з точки зору крос-культурного маркетингу, крос-культурні особливості реалізації міжнародних проектів  <b>Вміти:</b> приймати рішення крізь горизонти культур, коригувати політику компанії з урахуванням крос-культурних відмінностей  <b>Формування компетенцій:</b> ЗК 4, ЗК 7, ПП 6, ПП 7  <b>Результати навчання:</b> ПРН 10, ПРН 13  <b>Рекомендовані джерела:</b> 1-8</p>			
<p><b>Заняття 6.1.</b> Значення лідерства в організаціях. Діловий протокол: кроскультурний аспект. Аспекти лідерства. Лідерство з точки зору крос-культурного маркетингу. Основні теорії лідерства: ситуаційний прояв у різних культурах.</p>	<p>Лекція 7 2 год</p>		<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p>
<p><b>Заняття 6.2.</b> Лідерство та прийняття рішень крізь горизонти культур. Національні стилі лідерства. Коригування політики компанії з урахуванням крос-культурних відмінностей. Крос-культурні особливості реалізації міжнародних проектів.</p>	<p>Практичне заняття 8 4 год</p>	<p>4 бали</p>	<p>Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.</p>
<p><b>Тема 7. Національні школи та особливості зв'язків з громадськістю, реклами в бізнесі та некомерційній сфері</b>  <b>Знати:</b> особливості національних шкіл, зв'язків з громадськістю та реклами, моделі управлінської культури  <b>Вміти:</b> налагоджувати зв'язки з громадськістю, планувати та організовувати рекламні кампанії, враховувати особливості зв'язків з громадськістю та реклами в бізнесі та некомерційній сфері  <b>Формування компетенцій:</b> ЗК 7, ПП 1, ПП 6, ПП 7, ПП 10  <b>Результати навчання:</b> ПРН 1, ПРН 4, ПРН 13, ПРН 14  <b>Рекомендовані джерела:</b> 2-5</p>			
<p><b>Заняття 7.1.</b> Особливості зв'язків з громадськістю та реклами в бізнесі в залежності від виду діяльності. Культурні параметри організаційної поведінки та їх характеристика. Моделі управлінської культури.</p>	<p>Лекція 8 2 год</p>		<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p>
<p><b>Заняття 7.2.</b> Зв'язки з громадськістю та реклама: співвідношення й національні школи. Вплив культур на ефективність діяльності.</p>	<p>Практичне заняття 9 4 год</p>	<p>4 бали</p>	<p>Усне опитування, навчальна дискусія, ділова гра «Визначення національних шкіл та особливості зв'язків з громадськістю»</p>
<p><b>Тема 8. Основи формування комунікаційної політики підприємства на міжнародному ринку</b>  <b>Знати:</b> міжнародні механізми регулювання комунікаційної політики, етапи формування комунікаційної політики організації на міжнародному ринку  <b>Вміти:</b> формувати етапи та цільові аудиторії комунікаційної політики підприємства, аналізувати результати комунікаційної політики на міжнародному ринку  <b>Формування компетенцій:</b> ЗК 4, ЗК 7, ПП 1, ПП 7  <b>Результати навчання:</b> ПРН 1, ПРН 8, ПРН 13  <b>Рекомендовані джерела:</b> 1-8</p>			
<p><b>Заняття 8.1.</b> Міжнародні механізми регулювання комунікаційної політики. Зміст, етапи формування та цільові аудиторії комунікаційної політики організації на міжнародному ринку. Завдання та методологія кроскультурного аналізу в міжнародному маркетингу.</p>	<p>Лекція 9 2 год</p>		<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p>

Кроскультурний аналіз рекламних комунікацій з урахуванням національнокультурних і правових чинників.			
<b>Заняття 8.2.</b> Визначення структури бізнес-комунікацій та аналіз результатів комунікаційної політики організації. Порівняльна характеристика ділових культур, споживачів і особливостей комунікацій в країнах Пн. Америки, Азії, Європи та України.	Практичне заняття 10 год	6 балів	Усне опитування, навчальна дискусія. Модульний контроль №2 «Процес прийняття рішень споживачів та поведінкова реакція»
<b>Самостійна робота</b>			
<b>Тема 5.</b> Крос-культурна еволюція корпоративних культур і формування корпоративного іміджу.	10	2 бали	Корпоративна (організаційна) культура, її зміст і функції. Корпоративний імідж.
<b>Тема 6.</b> Командне управління, лідерство та врегулювання конфліктів в крос-культурних комунікаціях.	10	2 бали	Особливості командного управління. Влада, лідерство та групи в управлінні. Врегулювання конфліктів і міжнародні переговори.
<b>Тема 7.</b> Національні школи та особливості зв'язків з громадськістю, реклами в бізнесі та некомерційній сфері.	10	2 бали	Галузеві особливості зв'язків з громадськістю та реклами в бізнесі.
<b>Тема 8.</b> Основи формування комунікаційної політики підприємства на міжнародному ринку.	10	4 бали	Спонсорство.
<b>МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ</b>			
Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран. 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			
<b>ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>Глінковська Б., Чеботарьов Є., Чеботарьов В. Крос-культурні підприємницькі комунікації : навчально-методичний посібник для магістрантів ; Старобільськ, 2018. 120 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>Король І. В. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник, Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини. Умань : Візаві, 2018. 191 с. <a href="http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/1138/view/1989">http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/1138/view/1989</a></li> <li>Братко О.С. Маркетингова політика комунікацій: Навчальний посібник. - Тернопіль: Карт-бланш, 2006. - 275 с. <a href="http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/1138/view/1415">http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/1138/view/1415</a>.</li> <li>Азарова Ю. Мультикультуралізм і сучасні моделі міжкультурної комунікації. Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія: Культурологія. 2016. Вип. 17. С. 13-19.</li> <li>Афоніна І. Ю. Стратегії комунікативної поведінки в професійно значущих ситуаціях міжкультурного спілкування . Теоретичні і прикладні проблеми психології. 2013. № 3. С. 25-30.</li> <li>Бойко О. Т. Невербальні засоби спілкування у системі міжкультурної комунікації у системі міжкультурної комунікації. Наукові записки [Національного університету "Острозька академія"]. Сер. : Філологічна. - 2012. Вип. 23. С. 14-15.</li> <li>Бурак О. С. Крос-культурна комунікація як наслідок глобалізаційних кроскультурних контактів, 2012.</li> <li>Гжещук В. Міжнародний маркетинг в національному стилі спілкування країн світу. Молодь і ринок. 2014. № 5. С. 128-134.</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> </ul>			

- 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.
- 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://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://duikt.edu.ua/uploads/p\\_447\\_35048489.pdf](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/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://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://duikt.edu.ua/uploads/p\\_447\\_96297052.pdf?2](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/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 «Кроскультурний маркетинг»

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</b> <i>Залік</i>	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 обґрунтовано приймає необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях. Вміє реалізувати теоретичні положення дисципліни в практичних розрахунках, аналізувати та співставляти дані об'єктів діяльності фахівця на основі набутих з даної та суміжних дисциплін знань та умінь. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включатись в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються. Зменшення 100-бальної оцінки може бути пов'язане з недостатнім розкриттям питань, що стосується дисципліни, яка вивчається, але виходить за рамки об'єму матеріалу, передбаченого 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 усувати 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)

35-59	<p>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, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у студента відсутня.</p>	<p><b>Низький</b> Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни</p>	<p>Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не зараховано (FX) В залікову книжку не представляється</p>
1-34	<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> Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни</p>	<p>Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням / Не допущений (F) В залікову книжку не представляється</p>