

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«МАРКЕТИНГОВІ РИЗИКИ В СФЕРІ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ»**

Лектор курсу			Ромашенко Ольга Сергіївна , кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу		Контактна інформація лектора (e-mail), посилання в GWE		e-mail: o.romashchenko@duikt.edu.ua Посилання в GWE – https://classroom.google.com/c/Njg1MTkyMzg1ODM5	
Галузь знань			07 <i>Управління та адміністрування</i>		Рівень вищої освіти		бакалавр	
Спеціальність			075 Маркетинг		Семестр		--	
Освітня програма			«Маркетинг»		Тип дисципліни		Дисципліна вільного вибору	
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	

Мета курсу: засвоєння теоретичних знань та формування практичних навичок щодо професійної діяльності фахівців з маркетингу в умовах невизначеності, конфліктності та ризику маркетингової діяльності.

Компетентності відповідно до освітньої програми

Спеціальні (фахові) компетентності (ПП)

ЗК 7. Здатність застосовувати професійні знання у практичних ситуаціях, уміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, приймати обґрунтовані рішення.

ЗК 8. Здатність до проведення досліджень, пошуку, оброблення та аналізу інформації на достатньо високому рівні.

ПП 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

ПП 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

ПП12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу

Програмні результати навчання (ПРН)

ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми	Вид заняття	Оцінювання за тему	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
Розділ 1 «Теоретичні основи маркетингових ризиків у складі економічних ризиків»			

Тема 1. Економічна сутність ризиків суб'єктів господарювання

Знати: складові економічного ризику, елементи економічного ризику, класичні риси економічного ризику: суперечливість, альтернативність, невизначеність, сучасні складові основних елементів економічного ризику: невизначеність події, втрати та небайдужість, функції економічного ризику.

Вміти: обумовлювати економічний ризик особливостями ризикової ситуації, визначити причини виникнення економічних ризиків, роль людського капіталу у результатах управління об'єктом ризику.

Формування компетенцій: ЗК 7, ЗК 8, ПП 12

Результати навчання: ПРН 4, ПРН 6, ПРН 9

Рекомендовані джерела: 1-11

Заняття 1.1. Складові економічного ризику. Елементи економічного ризику. Класичні риси економічного ризику. Функції економічного ризику. Причини виникнення економічних ризиків.	Лекція 1 2 год.	-	Лекція-візуалізація
Заняття 1.2. Ризик як економічної категорії.	Практичне заняття 1 2 год.	4 бали	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія. Доповідь з презентацією за темою: «Взаємозв'язок природи виникнення економічних ризиків між циклічністю економічних процесів при врахуванні терміну часу, закономірна динаміка змін обсягів ідей та інформації і розвитку економіки».
Заняття 1.2. Ризик як складова економічних процесів.	Практичне заняття 2 2 год.	4 бали	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія. Доповідь з презентацією за темою: «Роль людського капіталу у результатах управління об'єктом ризику».

Тема 2. Маркетинговий ризик у складі ризиків за видами економічної діяльності

Знати: класифікації ризиків, передумови виникнення маркетингових ризиків, класифікація маркетингових ризиків телекомунікаційних підприємств, об'єкт та суб'єкт маркетингового ризику.

Вміти: визначати передумови виникнення маркетингових ризиків, вибирати необхідні інструменти для подолання кризових ситуацій в діяльності підприємств

Формування компетенцій: ЗК 7, ЗК 8, ПП 12

Результати навчання: ПРН 4, ПРН 6, ПРН 9

Рекомендовані джерела: 1-11

Заняття 2.1. Класифікація ризиків. Передумови виникнення маркетингових ризиків. Різноманітні класифікації маркетингових ризиків.	Лекція 2 2 год.	-	Лекція-візуалізація
Заняття 2.2. Системна класифікація ризиків.	Практичне заняття 3 2 год.	4 бали	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія. Доповідь з презентацією за темою: Вплив процесів інтернаціоналізації на появу маркетингових ризиків
Заняття 2.2. Комерційні і посередницькі ризики і їхня роль у маркетинговій діяльності.	Практичне заняття 4 2 год.	4 бали	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія. Доповідь з презентацією за темою: Місце маркетингового ризику при прийнятті управлінського рішення.
Заняття 2.1. Об'єкт та суб'єкт маркетингового ризику. Види маркетингових ризиків.	Лекція 3 2 год.	-	Лекція-візуалізація
Заняття 2.2. Класифікація маркетингових ризиків телекомунікаційних підприємств.	Практичне заняття 5	4 бали	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія.

	2 год.		Доповідь з презентацією за темою: Альтернативність у маркетингових ризиках.
Заняття 2.2. Зовнішні ризики та внутрішні маркетингові ризики.	Практичне заняття 6 2 год.	4 бали	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія. Доповідь з презентацією за темою: Види маркетингових ризиків у процесі прийняття управлінського рішення.
Тема 3. Методи оцінювання маркетингових ризиків			
Знати: загальну характеристику методів оцінювання маркетингових ризиків, розрахунково-аналітичні, математико-статистичні методи оцінювання маркетингових ризиків.			
Вміти: використовувати різні методи оцінки маркетингових ризиків, експертні оцінки у розрахунках щодо маркетингових ризиків			
Формування компетенцій: ЗК 7, ЗК 8, ПП 6, ПП8, ПП 12			
Результати навчання: ПРН 4, ПРН 6, ПРН 9			
Рекомендовані джерела: 1-11			
Заняття 3.1. Загальна характеристика методів оцінювання маркетингових ризиків. Розрахунково-аналітичні методи оцінювання маркетингових ризиків. Математико-статистичні методи оцінювання маркетингових ризиків.	Лекція 4 2 год.	-	Лекція-візуалізація
Заняття 3.2. Метод аналізу доцільності витрат. Метод Н. Я. Петракова, метод оцінки фінансової стійкості.	Практичне заняття 7 2 год.	4 бали	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія. Вирішення практичних задач та ситуаційних завдань
Заняття 3.3. Аналітичний метод. Метод аналізу чутливості та матриця чутливості..	Практичне заняття 8 2 год.	4 бали	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія. Вирішення практичних задач та ситуаційних завдань
Заняття 3.4. Випадковість та ймовірність. Математичне очікування події. Області ризику за статистичним методом оцінки ризиків.	Практичне заняття 9 2 год.	4 бали	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія. Вирішення практичних задач та ситуаційних завдань
Заняття 3.5. Оцінювання маркетингових ризиків методом аналогій. Використання експертних оцінок у розрахунках щодо маркетингових ризиків.	Лекція 5 2 год.	-	Лекція-візуалізація
Заняття 3.6. Фрактальний аналіз за теорією хаосу, яка була розроблена Е. Лоренцом та Б. Мандельбротом.	Практичне заняття 10 2 год.	4 бали	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія. Вирішення практичних задач та ситуаційних завдань
Заняття 3.7. Технологія експертного оцінювання. Індивідуальні та колективні експертні методи.	Практичне заняття 11 2 год.	4 бали	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія. Вирішення практичних задач та ситуаційних завдань
Заняття 3.8. Метод Дельфі як найбільш поширений у діяльності експертного дослідження ризиків. Експертний метод оцінювання ризику за допомогою бальних оцінок експертизи.	Практичне заняття 12 2 год.	4 бали	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія. Вирішення практичних задач та ситуаційних завдань
Самостійна робота			

Тема 1. Економічна сутність ризиків суб'єктів господарювання	6 год.	2 балів	Еволюція теоретичних підходів до визначення поняття «ризик» як економічної категорії. Чинники створення ризикової ситуації. Невизначеність як головна риса економічного ризику. Функції економічного ризику та їх роль . Умови виникнення економічного ризику.
Тема 2. Маркетинговий ризик у складі ризиків за видами економічної діяльності	6 год.	2 балів	Теоретичні основи до управління маркетинговими ризиками. Вплив маркетингових ризиків на ефективність діяльності компанії. Маркетинг в основі управлінських рішень. Маркетингові ризики споживача.
Тема 3. Методи оцінювання маркетингових ризиків	6 год.	2 балів	Сучасні методи оцінювання маркетингових ризиків. Фінансова інформація у ході оцінки маркетингових ризиків. Метод Дельфи як ефективний інструментарій оцінки маркетингових ризиків. Метод експертних оцінок маркетингових ризиків. Особливості оцінки маркетингових ризиків методом доцільності витрат.
Розділ 2 «УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМИ РИЗИКАМИ В ОБЛАСТІ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ»			
Тема 4. Управління маркетинговими ризиками в області телекомунікацій			
Знати: характеристику поняття «ризик-менеджменту» та його сутність, механізм управління ризиками суб'єктів господарювання та його складові, сутність системи управління ризиками товарної політики, процес моніторингу за виконанням планів на підприємстві.			
Вміти: обґрунтовувати доцільність проектів та напрямів діяльності за різними критеріями з врахуванням ризику.			
Формування компетенцій: ЗК 7, ЗК 8, ПП 6:, ПП 8, ПП 12			
Результати навчання: ПРН 4, ПРН 6, ПРН 9			
Рекомендовані джерела: 1-11			
Заняття 4.1. Огляд базових концепцій ризик-менеджменту. Етапи розвитку ризик-менеджменту з характеристикою важливих подій. Базові фактори ризик-менеджменту.	Лекція 6 2 год.		Лекція-візуалізація
Заняття 4.2. Система управління маркетинговими ризиками	Практичне заняття 13 2 год.	4 бали	Усне опитування, тестування Навчальна дискусія «Механізм управління ризиками суб'єктів господарювання та його складові». Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Управління маркетинговими ризиками у процесі формування та реалізації маркетингової політики
Заняття 4.3. Система планування та процес моніторингу за виконанням планів на підприємстві.	Практичне заняття 14 2 год.	4 бали	Усне опитування, тестування Навчальна дискусія «Планування як ефективний метод управління маркетинговими ризиками в сфері телекомунікацій.» Доповідь з презентацією за темою «Сучасні проблеми українських телекомунікаційних підприємств, що пов'язані з організацією планування та бюджетування».
Тема 5. Стратегії в управлінні маркетинговими ризиками підприємств сфери телекомунікацій			

<p>Знати: конкурентні стратегії в управлінні маркетинговими ризиками, порядок формування маркетингової стратегії, етапи маркетингової діяльності, які необхідні для розробки та реалізації стратегії</p> <p>Вміти: розробляти стратегію підприємства з врахуванням ризику</p> <p>Формування компетенцій: ЗК 7, ЗК 8, ПП 6, ПП 8, ПП 12</p> <p>Результати навчання: ПРН 4, ПРН 6, ПРН 9</p> <p>Рекомендовані джерела: 1-11</p>			
<p>Заняття 5.1. Конкурентні стратегії в управлінні маркетинговими ризиками: поняття та моделі. Маркетингова стратегія підприємства: порядок формування та стратегічні ризики.</p>	<p>Лекція 7 2 год.</p>		<p>Лекція-візуалізація</p>
<p>Заняття 5.2. Стратегії концентрованого і диверсифікованого зростання Матриця конкурентних стратегій. Матриця конкурентних сил. Матриця конкурентних переваг.</p>	<p>Практичне заняття 15 2 год.</p>	<p>4 бали</p>	<p>Усне опитування, тестування Навчальна дискусія «Критерії формування варіантів стратегічної поведінки, доцільних в умовах ринку». Доповідь з презентацією за темою: «Вибір маркетингової стратегії підприємства на ринку з наявних альтернатив».</p>
<p>Заняття 5.3. Маркетингова стратегія диверсифікації телекомунікаційного підприємства. Етапи маркетингової діяльності, які необхідні для розробки та реалізації стратегії диверсифікації. Організація ризик-менеджменту на підприємствах сфери телекомунікацій.</p>	<p>Лекція 8 2 год.</p>		<p>Лекція-візуалізація</p>
<p>Заняття 5.4. Роль ризик-менеджмент у визначенні стратегії управління ризиками.</p>	<p>Практичне заняття 16 2 год.</p>	<p>4 бали</p>	<p>Усне опитування, тестування Навчальна дискусія «Складові концепції маркетингової стратегії диверсифікації діяльності телекомунікаційного підприємства». Доповідь з презентацією за темою: «Залежність між стратегією підприємства по управлінню ризиками і пріоритетними процедурами управління ними».</p>
<p>Тема 6. Психологічні аспекти прийняття маркетингових рішень в умовах невизначеності та ризику</p> <p>Знати: психологічні аспекти прийняття маркетингових рішень в умовах невизначеності та ризику.</p> <p>Вміти: застосовувати зарубіжний досвід процесу прийняття економічних рішень в умовах ризику та невизначеності</p> <p>Формування компетенцій: ЗК7, ЗК 8, ПП 6, ПП 8 , ПП 12</p> <p>Результати навчання: ПРН 4, ПРН 6, ПРН 9</p> <p>Рекомендовані джерела: 1-11</p>			
<p>Заняття 6.1. Ризики взаємодії з контрагентами і партнерами. Ризики непередбаченої конкуренції. Чинники психологічних відхилень під час прийняття рішень.</p>	<p>Лекція 9 2 год.</p>		<p>Лекція-візуалізація</p>
<p>Заняття 6.2. Ризики непередбаченої конкуренції.</p>	<p>Практичне заняття 17 2 год.</p>	<p>4 бали</p>	<p>Усне опитування, тестування Навчальна дискусія «Психологічні феномени процесу прийняття економічних рішень в умовах ризику та невизначеності» Доповідь з презентацією за темою: «Перелік психологічних якостей під час прийняття маркетингових рішень».</p>
<p>Заняття 6.3. Теорія очікуваної корисності та теорія перспектив.</p>	<p>Практичне заняття 18</p>	<p>4 бали</p>	<p>Усне опитування, тестування Навчальна дискусія «Когнітивні спотворення та їхній вплив на прийняття маркетингових рішень».</p>

	2 год.		Доповідь з презентацією за темою: «Засновники теорії перспектив», «Асиметрія прийняття рішення».
Самостійна робота			
Тема 4. Управління маркетинговими ризиками в області телекомунікацій	6 год.	3 балів	Сутність та необхідність аналізу маркетингового ризику. Зарубіжний погляд на питання стратегічного планування ризикових ситуацій. Методологія розроблення програми управління маркетинговими ризиками. Стратегія і тактика управління маркетинговими ризиками. Формування системи управління маркетинговим ризиком на підприємстві.
Тема 5. Стратегії в управлінні маркетинговими ризиками підприємств сфери телекомунікацій	6 год.	4 балів	Побудова стратегії ризик-менеджменту телекомунікаційного підприємства. Способи мінімізації маркетингових ризиків телекомунікаційного підприємства. Диверсифікація як спосіб зниження маркетингового ризику на базі телекомунікаційного підприємства. Запаси і резерви як спосіб зниження маркетингових ризиків телекомунікаційного підприємства.
Тема 6. Психологічні аспекти прийняття маркетингових рішень в умовах невизначеності та ризику	6 год.	4 балів	Вплив особливостей сприйняття інформації людиною на прийняття економічних рішень Роль людського фактора в корпоративній політиці управління ризиками. Останні тенденції в поведінкових фінансах. Переваги людини, раціональність і ефективність ринку Порівняння існуючих методів оцінки індивідуального ставлення до ризику менеджера компанії

МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

- Мультимедійний проектор;
- Комп'ютерний клас для проведення практичних занять.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Балужева О.В., Гончаров В.М., Ларіна Р.Р. Управління ризиками в логістиці. Навчальний посібник для ВНЗ. Київ: Кондор. 2019. 254с.
2. Гуменюк В.Я., Міщук Г.Ю., Олійник О.О. Управління ризиками: Навч. посіб. – Рівне.: НУВГП, 2009.- 156 с. URL:<http://surl.li/rofuf>
3. Економічні ризики: методи вимірювання та управління: Навчальний посібник / Скопенко Н.С., Федулова І.В., Мазник Л.В., Кириченко О.М., Удворгелі Л.І.; за заг. ред. Скопенко Н.С. К.: НУХТ. 2021. 344 с. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/ad3cf033-6858-4e2f-b001-85f9b3dc0d8f/content>
4. Ковшун Н. Е., Левун О. І. Аналіз та реалізація проєктів : навч. посіб. Рівне : НУВГП, 2022. 350 с. URL:<http://surl.li/rofte>
5. Останкова Л.А., Шевченко Н.Ю. Аналіз, моделювання й управління економічними ризиками. Навчальний посібник. К. «Центр учбової літератури». 2019. 256с.
6. Ризики в маркетингу : підручник / О. І. Лабурцева. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. – 476 с. URL: <http://doi.org/10.31617/p.knute.2019-768>
7. Ріщук Л.І. Управління ризиками: конспект лекцій. Івано-Франківськ : ІФНТУНГ. 2020. 68 с.
8. Ріщук Л.І. Управління ризиками: практикум. Івано-Франківськ : ІФНТУНГ. 2020. 47 с.
9. Старостіна А.О. Ризик-менеджмент. Київ: Кондор, 2018. 220с
10. Угрин Д. І., Довгунь А. Я. Ризик-менеджмент та маркетинг в ІТ-галузі. Навчально-методичний посібник. Чернівці. 2023. 100 с. <http://surl.li/rofrz>
11. Управління ризиками: Навчальний наочний посібник: навч. посіб. для студ. спеціальності 073 «Менеджмент» / М.О. Кравченко, К.О. Бояринова, К.О. Копішинська; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 432с.
12. Атюшкіна В.В. Методи зниження маркетингових ризиків страхової компанії. *Маркетинг і цифрові технології*. 2020. №1.Т.4. С.73.-87. <https://mdt->

opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/94

13. Балдинюк В. Ризик-менеджмент як інструмент управління діяльності суб'єктів господарювання. *Економіка та суспільство*. 2023. №55. С. <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2861>
14. Бець М.Т., Кучер Л. І. Управління маркетинговими ризиками продавця. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. № 3. Т.1. с.99-105. URL:https://mmi.sumdu.edu.ua/wp-content/uploads/mmi/volume-2-issue-3-part-1/mmi2011_3_1_99_105.pdf
15. Булгакова О. В. Ідентифікація споживчих ризиків в системі маркетингу взаємовідносин. *Причорноморські економічні студії*. 2017. № 17. С. 95–99. <https://rep.dnuvs.ukr.education/server/api/core/bitstreams/9d0010d6-cc49-4512-956f-23dd241aa149/content>
16. Дьяченко Я.Я. Удосконалення системи управління ризиками інвестиційних проєктів. *Наукові праці НДФІ*. 2018. № 4 (85). С. 17–29. http://npndfi.org.ua/?page_id=723&aid=950
17. Іщенко І.С. Ризики інвестиційних проєктів. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2018. № 5 (90). С. 91–98. <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/746390.pdf>
18. Карпенко, Л., Чорненька, Л. Ідентифікація та управління ризиками в маркетинговій діяльності. *Економічний простір*. 2022. №180. С. 54-57. <http://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/1112>
19. Лабурцева О. І. Управління маркетинговими ризиками інновацій. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 4. С.15-22. URL:https://mmi.sumdu.edu.ua/wp-content/uploads/mmi/volume-3-issue-4/mmi2012_4_15_22.pdf
20. Михайленко О.В., Ніколаєнко С.М., Насіканова О.О. Управління ризиками діяльності підприємства. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2017. Вип. 6. С. 144–147. http://psae-jrnl.nau.in.ua/journal/6_62_1_2017_ukr/24.pdf
21. Окландер Т.О. Сутність і класифікація маркетингових ризиків промислових підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011. № 6, Т. 2. С.89-93 http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011_6_2/089-093.pdf
22. Окландер Т.О. Концепція управління маркетинговим ризиком промислового підприємства. *Маркетинг: теорія і практика*. Луганськ: СНУ ім. В. Даля. 2013. № 19. С. 125–137. <http://surl.li/rofqt>
23. Окландер Т.О. Маркетингові ризики: класифікація та методи оцінки. *Маркетинг і цифрові технології*. 2017. №1.Т.1. С. 128-138. URL:<https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/111>>.
24. Ромащенко О.С., Есмаханова А. У. Управління маркетинговими ризиками телекомунікаційних підприємств. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2022. № 1-2. С. 46-51. URL: <http://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2710>

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.
- 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.
- 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://efaidnbmnmmnibpajccpgclefindmkaj/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](https://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

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
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ	<i>Робота на заняттях, у т.ч.:</i>	
	• Виконання практичних робіт	44 бали
	• Самостійна робота	16 балів
ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ Екзамен	Екзамен проходить у письмовій формі.	40 балів
	Додаткова оцінка	Оцінювання
Види навчальної роботи		
Участь у наукових конференціях, підготовка наукових публікацій за тематикою освітньої компоненти:		
Тези доповіді на фаховій конференції		
Стаття у фаховому виданні		
Стаття в іноземному рецензованому виданні		
Максимальна кількість додаткових балів, які можуть бути зараховані здобувачу освіти - 10 балів		

ПІДСУМКОВА ОЦІНКА ЗА ДИСЦИПЛІНУ

бали	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка / запис в екзаменаційній відомості
90-100	<p>Студент демонструє повні й міцні знання навчального матеріалу в обсязі, що відповідає робочій програмі дисципліни, правильно й обґрунтовано приймає необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях.</p> <p>Вміє реалізувати теоретичні положення дисципліни в практичних розрахунках, аналізувати та співставляти дані об'єктів діяльності фахівця на основі набутих з даної та суміжних дисциплін знань та умінь.</p> <p>Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включатись в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються. Зменшення 100-бальної оцінки може бути пов'язане з недостатнім розкриттям питань, що стосується дисципліни, яка вивчається, але виходить за рамки об'єму матеріалу, передбаченого робочою програмою, або студент проявляє невпевненість в тлумаченні теоретичних положень чи складних практичних завдань.</p>	<p>Високий</p> <p>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.</p>	Відмінно / Зараховано (А)
82-89	<p>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.</p> <p>Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, дає вичерпні пояснення.</p>	<p>Достатній</p> <p>Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни</p>	Добре / Зараховано (В)
75-81	<p>Студент в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає 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.</p>	<p>Достатній</p> <p>Конкретний рівень, за вивченням матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.</p>	Добре / Зараховано (С)
64-74	<p>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.</p>	<p>Середній</p> <p>Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни</p>	Задовільно / Зараховано (D)
60-63	<p>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.</p>	<p>Середній</p> <p>Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни</p>	Задовільно / Зараховано (Е)
35-59	<p>Студент може відтворити окремі фрагменти з курсу.</p> <p>Незважаючи на те, що програму навчальної дисципліни студент виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є невірними, необґрунтованими.</p>	<p>Низький</p> <p>Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни</p>	Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не

	Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у студента відсутні.		зараховано (FX) В залікову книжку не представляється
1-34	Студент повністю не виконав вимог робочої програми 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