

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «БІЗНЕС-АНАЛІТИКА»»

Лектор курсу			Ромашенко Ольга Сергіївна, кандидат економічних наук, доцент, 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		3		
Освітня програма			«Маркетинг»		Тип дисципліни		Обов'язкова		
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:					Лабораторних занять	Самостійна підготовка
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять				
	4	120	18	-	24		-	78	

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	Електронний бізнес (4)
Освітні компоненти для яких є базовою	Електронні закупівлі (5)

Мета курсу: формування теоретичних знань і практичних навичок щодо використання принципів, завдань і функцій управління маркетинговою діяльністю підприємства, здійснення аналізу, розгляд алгоритмів, стратегій та політик організація, планування, реалізації та контролю цих процесів.

Компетентності відповідно до освітньої програми

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)

- ЗК8.** 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 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів
ПП 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
ПП 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності

Програмні результати навчання (ПРН)

- ПРН 2.** Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
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.

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми	Вид заняття	Оцінювання за тему	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
Розділ 1 «Методичні основи бізнес-аналітики»			
<p>Тема 1. Бізнес-аналітика і її місце в маркетингу Знати: сутність бізнес-аналізу, завдання та принципи бізнес-аналізу, бізнес-аналізу. Вміти: розумітися на сутності, видах та понятійному апарату бізнес-аналізу. Формування компетенцій: ЗК 6 Результати навчання: ПРН 9 Рекомендовані джерела: 1-7</p>			
<p>Заняття 1.1. Бізнес-аналітика як дисципліна. Сфери застосування бізнес-аналітики на підприємстві. Бізнес-аналітик на підприємстві: роль, професійні навички та інтереси</p>	Лекція 1 2 год.	-	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
<p>Заняття 1.2. Сутність та основні завдання та принципи маркетингового бізнес-аналізу.</p>	Практичне заняття 1 2 год.	2 бали	Усне опитування. Доповідь з презентацією за темою "Перспективи маркетингового бізнес-аналізу в Україні"
<p>Заняття 1.3. Місце бізнес-аналізу в системі споріднених економічних наук</p>	Практичне заняття 2 2 год.	2 бали	Усне опитування. Дискусія "Навіщо аналіз потрібен бізнесу". Робота в малих групах, презентація результатів.
<p>Тема 2. Інформаційне та методичне забезпечення бізнес-аналізу. Знати: поняття та відмінності між інформацією та даними, етапи процесу бізнес-аналізу та візуалізації даних, інструментарій та програмне забезпечення маркетингового бізнес-аналізу, особливості та можливості інструментів бізнес-аналізу. Вміти: проводити традиційний, детермінований факторний аналіз та статистичний факторний аналіз. Формування компетенцій: ЗК 3, ЗК 6, СК 3, СК 5, СК 8. Результати навчання: ПРН 3, ПРН 9, ПРН 16 Рекомендовані джерела: 1-7</p>			
<p>Заняття 2.1. Інформаційна база бізнес-аналізу. Етапність проведення бізнес-аналізу. Характеристика прийомів бізнес-аналізу. Організація проведення бізнес-аналізу.</p>	Лекція 2 2 год.	-	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
<p>Заняття 2.2. Методологія проведення бізнес-аналізу.</p>	Практичне заняття 3 2 год.	2 бали	Усне опитування. Вирішення ситуаційних завдань щодо вибору відповідного аналітичного інструментарія даних Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
<p>Заняття 2.4. Прийоми бізнес-аналізу</p>	Практичне заняття 4 2 год.	2 бали	Вирішення ситуаційних завдань щодо вибору відповідного аналітичного інструментарія даних Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
<p>Тема 3. Бізнес-аналіз мікросередовища підприємства Знати: складові бізнес-аналізу мікросередовища компаній, підходи, методи та інструменти бізнес-аналізу ринку, поняття та види конкуренції. Вміти: застосовувати методи та інструменти бізнес-аналізу ринку, методи прогнозування в процесі дослідження ринку, методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства, його товарів і послуг. Формування компетенцій: ЗК 3, ЗК 6, СК 3, СК 5.</p>			

Результати навчання: ПРН 3, ПРН 9, ПРН 16			
Рекомендовані джерела: 1-7			
Заняття 3.1. Сутність, складові бізнес-аналізу мікросередовища підприємства та його цілі. Бізнес-аналізу постачальників. Маркетинговий бізнес-аналізу конкурентів. Бізнес-аналізу клієнтів. Бізнес-аналізу контактних аудиторій	Лекція 4 2 год.	-	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
Заняття 3.2. Бізнес-аналіз постачальників.	Практичне заняття 6 2 год.	2 бали	Усне опитування. Вирішення ситуаційних завдань щодо аналізу постачальників. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
Заняття 3.3. Бізнес-аналіз конкурентів та клієнтів	Практичне заняття 7 2 год.	4 бали	Усне опитування Вирішення ситуаційних завдань щодо аналізу конкурентів та клієнтів. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
Тема 4. Бізнес-аналіз кон'юнктури ринку			
Знати: сутність, мету та завдання бізнес-аналізу кон'юнктури ринку.			
Вміти: проводити оцінку динаміки розвитку структурних елементів кон'юнктури; збір і накопичення кон'юнктурної інформації; моніторинг чинників, які впливають на кон'юнктуру ринку.			
Формування компетенцій: ЗК 3, ЗК 6, СК 3-9.			
Результати навчання: ПРН 3, ПРН 9, ПРН 11, ПРН 15, ПРН 16			
Рекомендовані джерела: 1-7			
Заняття 4.1. Сутність, мета та завдання бізнес-аналізу кон'юнктури ринку. Принципи бізнес-аналізу кон'юнктури ринку. Процес аналізу кон'юнктури ринку.	Лекція 5 2 год.	-	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
Заняття 4.2. Мета та завдання бізнес-аналізу кон'юнктури ринку.	Практичне заняття 8 2 год.	4 бали	Усне опитування Вирішення ситуаційних завдань щодо застосування економічного загальносистемного аналізу; економіко-математичні; економіко-статистичні. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
Заняття 4.3. Методи загальносистемного аналізу кон'юнктури ринку.	Практичне заняття 9 2 год.	4 бали	Усне опитування Вирішення ситуаційних завдань щодо застосування методів загальносистемного аналізу кон'юнктури ринку. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
Самостійна робота			
Тема 1. Теоретичні основи бізнес-аналізу	9 год.	2 бали	Підходи до визначення та сутності бізнес-аналізу. Науковий підхід до аналітичної діяльності. Напрями підвищення ефективності бізнес-аналізу.
Тема 2. Інформаційне та методичне забезпечення бізнес-аналізу.	9 год.	2 бали	Основні вимоги, що висувуються до інформації, використовуваної в процесі бізнес-аналізу. Основні етапи бізнес-аналізу? Прийоми, за допомогою яких здійснюється бізнес-аналіз Кількісні прийоми в процесі бізнес-аналізу. Основні результати можна отримати використовуючи якісні прийоми в процесі бізнес-аналізу

Тема 3. Бізнес-аналіз мікросередовища підприємства	9 год.	2 бали	Бізнес-аналіз постачальників. Доцільність та методи аналізу контактних аудиторій. Аналіз конкурентної стратегії.
Тема 4. Бізнес-аналіз кон'юнктури ринку	9 год.	2 бали	Формування маркетингу взаємостосунків на ринках. Стратегії маркетингу на ринках західних країн світу Огляд маркетингових стратегій на ринку продовольчої продукції України
Розділ 2 «БІЗНЕС-АНАЛІЗ ЕЛЕМЕНТІВ МАРКЕТИНГ-МІКС»			
Тема 5. Бізнес-аналіз товарної політики підприємства			
Знати: сутність та основні завдання бізнес-аналізу, маркетингові складові елементів товару,			
Вміти: проводити аналіз товарного асортименту та номенклатури та товарної інноваційної політики.			
Формування компетенцій: ЗК 3, ЗК 6, СК 3- 9.			
Результати навчання: ПРН 3, ПРН 9, ПРН 11, ПРН 15, ПРН 16			
Рекомендовані джерела: 1-7			
Заняття 5.1. Сутність та основні завдання бізнес-аналізу. Аналіз маркетингових складових елементів товару. Аналіз товарного асортименту та номенклатури. Бізнес-аналіз товарної інноваційної політики.	Лекція 6 2 год.		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
Заняття 5.2. Бізнес-аналіз маркетингових складових елементів товару.	Практичне заняття 10 2 год.	4 бали	Усне опитування. Вирішення ситуаційних завдань з аналізу окремих товарних одиниць та їх структурних елементів Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
Заняття 5.3. Бізнес-аналіз товарної інноваційної політики	Практичне заняття 11 2 год.	4 бали	Усне опитування. Вирішення ситуаційних завдань з аналізу асортименту товарів Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
Тема 6. Бізнес-аналіз цінової політики підприємства			
Знати: поняття, завдання та напрями бізнес-аналізу цінової політики			
Вміти: проводити аналіз кредитної, фінансової та преміальної політики фірми через призму цін та бізнес-аналіз цін з позицій мікросередовища.			
Формування компетенцій: ЗК 3, ЗК 6, СК 3- 9.			
Результати навчання: ПРН 3, ПРН 9, ПРН 11, ПРН 15, ПРН 16			
Рекомендовані джерела: 1-7			
Заняття 6.1. Завдання та напрями бізнес-аналізу цінової політики. Бізнес-аналіз політики ціноутворення з позицій підприємства. Бізнес-аналіз кредитної, фінансової та преміальної політики фірми через призму цін. Бізнес-аналіз цін з позицій мікросередовища.	Лекція 7 2 год.		Лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
Заняття 6.2. Процес та послідовність аналізу цінової політики	Практичне заняття 12 2 год.	2 бали	Усне опитування. Вирішення практичних завдань щодо виявлення факторів, які впливають на величину цін, та їх кількісна оцінка; аналіз впливу рівня цін на величину кінцевих показників підприємства
Заняття 6.3. Аналіз цінової політики підприємства.	Практичне заняття 12	2 бали	Усне опитування.

	2 год.		Вирішення практичних завдань щодо визначення предмету бізнес-аналізу цінової політики та окреслення часового періоду, за який він буде здійснюватися; виявлення цінової ситуації на підприємстві.
<p>Тема 7 Бізнес-аналіз дистрибуції Знати: завдання аналізу дистрибуції та джерела інформації для його проведення. Вміти: проводити оцінки доцільності використовуваних фірмою каналів дистрибуції; аналіз обсягів продажу товарів через різні рівні каналів розподілу; визначення величини рентабельності товарів, реалізованих каналами розподілу різного рівня Формування компетенцій: ЗК 3, ЗК 6, СК 3- 9. Результати навчання: ПРН 3, ПРН 9, ПРН 11, ПРН 15, ПРН 16 Рекомендовані джерела: 1-7</p>			
Заняття 7.1. Завдання аналізу дистрибуції та джерела інформації для його проведення. Бізнес-аналіз ефективності каналів розподілу. Бізнес-аналіз маркетингових систем розповсюдження. Бізнес-аналіз посередників в розподільчій політиці. Бізнес-аналіз маркетинг-логістики	Лекція 9 2 год.		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
Заняття 7.2. Бізнес-аналіз каналів збуту	Практичне заняття 15 2 год.	2 бали	Усне опитування. Вирішення практичних завдань щодо оцінки доцільності використовуваних фірмою каналів дистрибуції; аналіз обсягів продажу товарів через різні рівні каналів розподілу; визначення величини рентабельності товарів, реалізованих каналами розподілу різного рівня.
Заняття 7.3. Бізнес-аналіз маркетингових систем розповсюдження	Практичне заняття 15 2 год.	2 бали	Усне опитування. Вирішення практичних завдань щодо аналізу обсягів продажу різних товарів через відповідні маркетингові системи розповсюдження; оцінка їх ефективності в умовах підприємства; посередників; аналіз обсягів продажу товарів підприємства різними посередниками; аналіз часток посередників у продажах виробів фірми.
<p>Тема 8. Бізнес-аналіз маркетингових комунікацій підприємства Знати: сутність бізнес-аналіз маркетингових комунікацій підприємства та його основні завдання. Вміти: проводити оцінку результативності та ефективності системи маркетингових комунікацій Формування компетенцій: ЗК 3, ЗК 6, СК 3- 9. Результати навчання: ПРН 3, ПРН 9, ПРН 11, ПРН 15, ПРН 16 Рекомендовані джерела: 1-7</p>			
Заняття 8.1. Сутність бізнес-аналіз маркетингових комунікацій підприємства та його основні завдання. Бізнес-аналіз процесу формування маркетингових комунікацій. Оцінка результативності та ефективності системи маркетингових комунікацій. Особливості бізнес-аналізу окремих комунікативних інструментів	Лекція 8 2 год.		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
Заняття 8.2. Бізнес-аналіз процесу формування маркетингових комунікацій.	Практичне заняття 13 2 год.	4 бали	Усне опитування. Вирішення практичних завдань щодо з'ясування відповідності цілей системи маркетингових комунікацій цілям та завданням маркетингової діяльності та проведення оцінки правильності вибору цільових

			комунікативних аудиторій та відповідність їм маркетингових комунікативних інструментів.
Заняття 8.3. Оцінка результативності та ефективності системи маркетингових комунікацій	Практичне заняття 14 год.	4 бали	Усне опитування. Вирішення практичних завдань щодо визначення конкретних результатів маркетингової комунікаційної діяльності за певний період та проведення оцінки впливу маркетингових комунікацій на економічні показники господарської діяльності підприємства
Тема 9 Бізнес-аналіз маркетингових ризиків <u>Знати:</u> вимоги до підготовки звіту, процес підготовки та структура наукового звіту про результати маркетингового дослідження та аналізу. <u>Вміти:</u> інтерпретувати результати аналізу, проводити аналіз втрат від маркетингових ризиків та аналіз ефективності антикризових заходів. <u>Формування компетенцій:</u> ЗК 3, ЗК 6, СК 3- 9. <u>Результати навчання:</u> ПРН 3, ПРН 9, ПРН 11, ПРН 15, ПРН 16 <u>Рекомендовані джерела:</u> 1-7			
Заняття 9.1. Сутність маркетингових ризиків та завдання їх бізнес-аналізу. Бізнес-аналіз видів, факторів та джерел маркетингових ризиків Бізнес-аналіз втрат від маркетингового ризику. Бізнес-аналіз ефективності системи антикризованих заходів	Лекція 9 год.		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
Заняття 9.2. Аналіз факторів і джерел маркетингового ризику.	Практичне заняття 15 год.	2 бали	Усне опитування. Вирішення практичних завдань щодо визначення факторів і джерел ризику, що мали місце у звітному періоді; в якій мірі вони відхиляються від факторів і джерел ризику, передбачених в бізнес-плані; пов'язування в єдиний ланцюг видів, факторів та джерел ризику "
Заняття 9.3. Аналіз ефективності системи антикризованих заходів.	Практичне заняття 15 год.	2 бали	Усне опитування. Вирішення практичних завдань щодо групування антиризованих заходів та визначення ефективності цих заходів.
Самостійна робота			
Тема 5. Бізнес-аналіз товарної політики підприємства	9 год.	2 бали	Джерела інформації, що використовуються при аналізі товарної політики Зміст аналізу споживчої цінності Напрямами аналізу торгової марки Показники, що використовуються для оцінювання лояльності клієнтів до торгової марки Види аналізу використовують при оптимізації товарного асортименту
Тема 6. Бізнес-аналіз цінової політики підприємства	9 год.	2 бали	Основні завдання бізнес-аналізу цінової політики Основні етапи аналізу політики ціноутворення підприємства. Основні чинники для аналізу цін підприємства в контексті взаємодії з посередниками
Тема 7. Бізнес-аналіз дистрибуції	9 год.	2 бали	Зміст і завдання аналізу політики розподілу підприємства Етапи бізнес-аналізу ефективності використання каналів розподілу. Особливості проведення аналізу дистрибуції через Інтернет
Тема 8 Бізнес-аналіз маркетингових комунікацій підприємства	9 год.	2 бали	Сутність і завдання аналізу комунікацій підприємства Об'єкти і предмет аналізу комунікацій.

			Показники, що використовуються для оцінювання результативності та ефективності системи маркетингових комунікацій
Тема 9. Бізнес-аналіз маркетингових ризиків	9 год.	2 бали	Сутність маркетингових ризиків й завдання їх аналізу. Аналіз видів, факторів й джерел маркетингових ризиків. Аналіз втрат від маркетингового ризику. Аналіз ефективності системи антиризикованих заходів

МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

- Мультимедійний проектор, 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

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Дарчук В.Г. Аналіз та планування маркетингової діяльності. Навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2019. 146 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_796_67558907.pdf
2. Бізнес-аналіз: навч. посібник / За ред. В. В. Липчука. Київ: Академвидав, 2008. 216 с. URL: <https://westudents.com.ua/knigi/281-marketingoviy-analz-lipchuk-vv.html>
3. Маркетингова аналітика. ПНС ХНЕУ. URL: <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=8271>
4. Бізнес-аналіз: Навчальний посібник / Братко О. С., Дячун О. Д., Лагоцька Н. З., Окрепкий Р.Б. За ред. доктора економічних наук, професора Д. А. Штефанича. Тернопіль: Економічна думка, ТНЕУ, 2012. 296 с.
5. Маркетингові дослідження: навч. Посібник / Т.М. Квятко, О.В. Мандич, О.І. Сєвідова та ін. Харків: ХНТУСГ, 2020. 163 с.
6. Маркетингові дослідження: підручник:/ Т.Б. Решетілова, С.М. Довгань. М-во освіти і науки України, Нац. гірн. ун-т. Дніпропетровськ : НГУ, 2015. 357 с. URL: <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2286/view/1232>
7. Світвуд А. Маркетингова аналітика. Як підкріпити інтуїцію даними / пер. з англ. О. Асташова. Київ : Наш формат, 2019. 152 с.
8. Приймак В. Математичні методи економічного аналізу. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 296 с.
9. Плахотнікова Л.О. ПЗ7 Маркетинг: практикум. Частина II. Навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2019. 108 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_1707_97507936.pdf
10. Петруня Ю. С. Маркетинг : навчальний посібник / Ю. С. Петруня, В. Ю. Петруня. – 3-тє вид., переробл. і доповн. – Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_1656_31348223.pdf
11. Дейнега О.В. Бізнес-аналіз як інструмент задоволення інформаційних потреб ринково орієнтованого підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки. Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського*. 2017. Випуск 18. С.201-206. URL: <http://global-national.in.ua/archive/18-2017/39.pdf>
12. Бабух, І. Сутність та зміст бізнес-аналізу: теоретичні підходи та прикладні аспекти. *Економіка та суспільство*. 2021. Випуск 28. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/498>
13. Бойко О., Герасимяк Н. Місце та роль бізнес-аналізу в процесі прийняття управлінських рішень. *Економічний аналіз*. 2012. Т. 11(2). С. 57-60. http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2012_11%282%29_11
14. Дячун О. Бізнес-аналіз у системі споріднених економічних дисциплін. *Галицький економічний вісник*. 2009. № 1. С. 160-163. https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/283/2/GEB_2009_No1-O_Dyachun-Marketing_Analysis_in_the_relative%20economics_160.pdf
15. Костюченко Л. В., Мазур М. М. Застосування бізнес-аналізу при прийнятті управлінських рішень. Збірник наукових праць Державного економіко-технологічного університету транспорту. Серія. : Економіка і управління. 2013. Вип. 25. С. 237-244.

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://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

КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Умовою допуску до підсумкового контролю є виконання всіх практичних робіт і виконання самостійних завдань, які передбачені структурою освітньої компоненти «Групова динаміка та комунікації»

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 КONTРоль	<i>Робота на заняттях, у т.ч.:</i>	
	• Виконання практичних робіт	44 бали
	• Самостійна робота	16 балів
Підсумкове оцінювання	Залік проходить у письмовій формі.	40 балів

<i>Залік</i>	<i>Додаткова оцінка</i>	<i>Оцінювання</i>
Види навчальної роботи		
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
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	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.	Високий 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)
82-89	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.	Достатній Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни	Добре / Зараховано (B)
75-81	Студент в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає 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.	Достатній Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	Добре / Зараховано (C)
64	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений робочою програмою дисципліни, та розуміє постанову стандартних практичних завдань, має пропозиції щодо напрямку їх вирішень.	Середній Забезпечує достатньо надійний рівень	Задовільно / Зараховано (D)

	Розуміє основні положення, що є визначальними в курсі, може вирішувати подібні завдання тим, що розглядались з викладачем, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усунути за допомогою викладача.	відтворення основних положень дисципліни	
60-63	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.	Середній Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни	Задовільно / Зараховано (E)
35-59	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 відсутні.	Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формулюються при вивченні дисципліни	Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не 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