

СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ ВІЛЬНОГО ВИБОРУ ЗДОБУВАЧІВ

«СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЕКОНОМІЧНИХ РІШЕНЬ У МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ»

Лектор курсу			Ігнатенко Ольга Василівна, кандидат психологічних наук, доцент кафедри маркетингу				
Контактна інформація лектора (e-mail),			o.ihnatenko@duikt.edu.ua				
Сторінка курсу в Google Classroom			https://classroom.google.com/c/NzAyMzAzMDkwNzEx?cjc=vrvtftw				
Дисципліна вільного вибору здобувачів							
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:				
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка
	5	150	18	-	36	-	96
АНОТАЦІЯ КУРСУ							
Мета курсу:	формування фундаментальних знань теорії та практики соціальної відповідальності в контексті прийняття економічних рішень у межах професійних компетенцій щодо забезпечення ефективності маркетингової діяльності підприємства.						
В результаті вивчення дисципліни здобувач має знати				В результаті вивчення дисципліни здобувач має вміти			
– основні підходи до реалізації політики у сфері соціальної відповідальності; – джерела та складові розвитку соціально відповідальної взаємодії у маркетинговій діяльності підприємства; – механізми проведення діалогу із стейкхолдерами – міжнародні документи щодо навколишнього середовища, законодавство України про охорону навколишнього середовища – методичні підходи до оцінювання результативності програм КСВ в короткостроковій та довгостроковій перспективах – теоретичні засади інтеграції стратегії КСВ в стратегії розвитку підприємства				– інтегрувати соціальну відповідальність в повсякденну діяльність компанії, будувати моделі КСВ на різних рівнях компанії (принципи, процеси, результати); – розробляти пакет документів із визначення й нормативного закріплення базових пріоритетів у сфері КСВ компанії, оцінювати ефективність соціальних інвестицій та результативність – формувати діалог та розвивати комунікації із зацікавленими особами – розробляти проекти та програми з контролю забруднення та захисту довкілля, збереження природних ресурсів, дотримання екологічних стандартів та маркування – створювати структури управління, що відповідають вимогам КСВ. – розробляти соціальні проекти та програми			

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ		
Тема, опис теми	Вид заняття	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
Розділ 1 «ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН У МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ»		
Тема 1. Соціальна відповідальність як суспільно-економічний феномен Знати: основні підходи до реалізації політики у сфері соціальної відповідальності Вміти: інтегрувати соціальну відповідальність в повсякденну діяльність компанії, будувати моделі КСВ на різних	Лекція 1 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 1 2 год.	Усне опитування. Кейс «ПАТ «Прикарпаттяобленерго» співпрацює з орнітологами». Кейс «Корпоративна соціальна відповідальність компаній Netflix і Marvel». Охарактеризувати десять базових принципів соціально відповідальних компаній із Глобального договору ООН (Global Compact), навести відповідні приклади до кожного з них. Доповідь з презентацією по завданню самостійної роботи. Тестування.
	Практичне заняття 2 2 год.	Усне опитування. Кейс «Привернення уваги громадськості до соціальної відповідальності». Кейс «Соціальна відповідальність знаменитостей». Сформувати та висловити особисту думку на проблему «належної ролі бізнесу в суспільстві». Представити аргументи «за» та «проти» соціальної відповідальності

рівнях компанії (принципи, процеси, результати) <u>Рекомендовані джерела:</u> 1, 2, 3, 7, 10, 12		бізнесу на основі концепцій «корпоративного егоїзму», «корпоративного альтруїзму» та «розумного егоїзму». Обґрунтувати різницю між проявами соціальної відповідальності з боку трьох організацій: металургійного заводу, лікарні й університету; виділити характерні риси соціальної відповідальності кожної з організацій. Тестування.
	Лекція 2 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів.
	Практичне заняття 3 2 год.	Кейс «Напрями соціальної відповідальності Центру «Розвиток КСВ»». Кейс «КСВ LEGO Group». Порівняти та знайти відмінності між американською та європейською моделями на прикладі двох країн – Німеччини та США за критеріями (фінансова система, внутрішня структура, промислові відносини, система освіти і тренінгі, міжкорпоративні відносини) у частині впливу на КСВ. Визначити основні напрями соціальної відповідальності ЗВО (перед студентами, викладачами, суспільством, підприємствами; а також у зворотному напрямку); оформити у вигляді таблиці. Тестування. Практична вправа: визначити вид національної моделі соціальної відповідальності, яку використовують у зазначених банках - Райффайзен Банку Аваль, Профінвестбанк, Родовід, Фінанси та Кредит. Тестування.
	Самостійна робота 10 год.	Проаналізувати діяльність будь-якої громадської організації за основними формами соціальної відповідальності. Визначте за кожною з форм (за 10-баловою шкалою), наскільки громадська організація є соціально відповідальною. Результати дослідження запишіть у таблицю, де формами відповідальності є форми вияву – заходи, що їх реалізує громадська організація (балова оцінка від 0 до 10) – юридична, моральна, політична, громадянська, професійна, екологічна. Запропонувати заходи, які може реалізовувати громадська організація для підвищення ступеня розвитку соціальної відповідальності.
Тема 2. Соціальна відповідальність у системі управління маркетинговою діяльністю підприємства <u>Знати:</u> джерела та складові розвитку соціально відповідальної взаємодії у маркетинговій діяльності підприємства <u>Вміти:</u> розробляти пакет документів із визначення й нормативного закріплення базових пріоритетів у сфері КСВ компанії, оцінювати ефективність соціальних інвестицій та результативність <u>Рекомендовані джерела:</u> 5, 6, 9, 11, 12	Лекція 3 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів.
	Практичне заняття 4 2 год.	Усне опитування. Кейс «М.С.Л»: лотереї як фундамент розвитку дитячого футболу в Україні». Навчальний тренінг «Міжнародні стандарти корпоративної соціальної відповідальності». Запропонувати інноваційні механізми та інструменти імплементації корпоративної соціальної відповідальності у системі управління організацією. Визначити конкурентні переваги організації, яка забезпечує застосування міжнародних стандартів у сфері корпоративної соціальної відповідальності. Тестування.
	Практичне заняття 5 2 год.	Дискусія-обговорення «Вигоди підприємства від реалізації «соціальних інвестицій». Охарактеризувати відмінні та загальні риси наявних стратегій соціального інвестування. Охарактеризувати типи стратегій, які є найбільш поширеними моделями стратегії зацікавлених сторін, що використовують для активізації соціального капіталу організації (інформування, реагування, залучення). Навести приклади компаній, які використовують масову технологію впровадження соціальних інвестиційних проєктів. Тестування.
	Практичне заняття 6 2 год.	Усне опитування. Кейс «Кодекс етичної поведінки» компанії МХП». Розробити етичний кодекс для підприємства на основі використання інформації щодо основних етапів. Рішення ситуаційних завдань. Тестування.
	Самостійна робота 10 год.	Підготувати анотований звіт про соціальний діалог і внутрішню маркетингову політику підприємства «Х» на засадах соціальної відповідальності (обсягом до 3 сторінок).
Тема 3. Формування відносин зі стейкхолдерами в організації маркетингової діяльності підприємства	Лекція 4 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів

<u>Знати:</u> механізми проведення діалогу із стейкхолдерами <u>Вміти:</u> формувати діалог та розвивати комунікації із зацікавленими особами <u>Рекомендовані джерела:</u> 4, 6, 8, 9, 11	Практичне заняття 7 2 год.	Усне опитування. Кейс «Формування та розвиток персоналу Гугл». Аналіз кейсів по компаніям «Life» (практикою побудови трудових відносин), ПАТ «Крафт Фудз Україна» (покращити баланс між роботою та особистим життям). Доповідь з презентацією по завданню самостійної роботи.
	Лекція 5 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 8 2 год.	Усне опитування. Кейс «КСВ компанії «Київстар»». Кейс «КСВ Компаній НОВУС Україна та Столиця Груп». Рішення ситуаційних завдань. Тестування.
	Практичне заняття 9 2 год.	Усне опитування. Кейс «Привернення уваги громадськості до проблеми забрудненості Миколаївського регіону». Тестування.
	Самостійна робота 10 год.	Розкрити положення концепції відповідального маркетингу. Охарактеризувати зміст відповідального управління ланцюгом постачання. Визначити різницю між відповідальним та соціально- відповідальним маркетингом. Рекомендується наводити приклади із діяльності конкретних підприємств.
Розділ 2 «ЕФЕКТИВНІСТЬ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЕКОНОМІЧНИХ РІШЕНЬ У МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА»		
Тема 4. Екологічна компонента соціальної відповідальності маркетингової діяльності підприємства <u>Знати:</u> міжнародні документи щодо навколишнього середовища, законодавство України про охорону навколишнього середовища. <u>Вміти:</u> розробляти проекти та програми з контролю забруднення та захисту довкілля, збереження природних ресурсів, дотримання екологічних стандартів та маркування <u>Рекомендовані джерела:</u> 3, 5, 7, 8, 9	Лекція 6 2 год.	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 10 2 год.	Усне опитування. Кейс «Філософія сталого розвитку компанії «Сандора»». Кейс «WIRES – активне оздоровлення та збереження австралійської дикої природи». Охарактеризувати керівні принципи компанії Tetra Pak; ідентифікувати елементи екологічно відповідального бізнесу компанії Tetra Pak; обґрунтувати переваги, які отримує компанія від реалізації зазначених екологічних цілей. Доповідь з презентацією по завданню самостійної роботи.
	Практичне заняття 11 2 год.	Усне опитування. Кейс «Теплові насоси у промисловості (ТОВ «ДТЕК»»». Кейс «Проблема поліетиленових пакетів». Дискусія-обговорення «Наслідки від впровадження ресурсозберігаючих технологій та екологізація бізнесу в Україні». Тестування.
	Самостійна робота 16 год.	Обґрунтуйте критерії для екологічно та соціально відповідального бізнесу та його маркетингової складової діяльності.
Тема 5. Оцінювання ефективності соціальної відповідальності <u>Знати:</u> методичні підходи до оцінювання результативності програм КСВ в короткостроковій та довгостроковій перспективах. <u>Вміти:</u> створювати структури управління, що відповідають вимогам КСВ. <u>Рекомендовані джерела:</u> 1, 4, 7, 8, 10, 12	Практичне заняття 12 2 год.	Усне опитування. Кейс «Соціальний проєкт ТОВ «ВОГ Рітейл»». Провести моніторинг корпоративних програм соціальної відповідальності конкретних організацій. Визначити напрями позиціонування підприємств як соціально відповідальних у сфері формування та розвитку персоналу. Тестування.
	Лекція 7 2 год.	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 13 2 год.	Усне опитування. Кейс «Проект «Чиста вода» - за ініціативи PepsiCo в Україні». Кейс «Група Smart Energy». Тестування.
	Лекція 8 2 год.	Усне опитування. Проаналізувати структуру звітів із корпоративної соціальної відповідальності «Carlsberg Україна» (як змінювалася структура звітів – розділи, напрями – за останні 3-4 роки, які основні напрями КСВ обрала для себе компанія, інтереси яких груп стейкхолдерів підтримує і намагається задовольняти).

		Розробити форму нефінансового звіту для підприємств машинобудування, поліграфії та будівельної галузі з використанням кількісних показників результативності підприємства за трьома напрямками (економіка, екологія, соціальна політика). Тестування.
	Практичне заняття 14 2 год.	Усне опитування. Навести приклад Рейтингу відкритості та системності компаній у сфері КСВ за минулий рік. Презентація методик розрахунку Індексу прозорості та підзвітності компаній в Україні зі сталого розвитку. Доповідь з презентацією по завданню самостійної роботи. Тестування.
	Практичне заняття 15 2 год.	Усне опитування. Сформулювати систему кількісних показників оцінки результативності звітів «Оболонь» (у динаміці за 3-4 роки). Визначити наявні переваги компанії «МакДональдз Юкрейн Лтд» від здійснення соціально відповідальної діяльності, показати потенційні напрями удосконалення діяльності компанії у сфері КСВ та очікувані результати від їхнього впровадження. Розрахувати рівень соціальної відповідальності підприємства сфери послуг на основі методики розрахунку інтегрального індексу соціальної відповідальності. Тестування.
	Самостійна робота 16 год.	Проаналізувати особливості підготовки нефінансової звітності в окремих країнах (3 країни на власний вибір).
Тема 6. Стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності у маркетинговій діяльності підприємства Знати: теоретичні засади інтеграції стратегії КСВ в стратегії розвитку підприємства Вміти: розробляти соціальні проекти та програми Рекомендовані джерела: 2, 5, 7, 9, 11	Лекція 9 2 год.	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 16 2 год.	Усне опитування. Кейс «Стратегічні напрями розвитку МХП». Кейс «Стратегічний і системний підхід компанії «Метінвест»». Доповідь з презентацією по завданню самостійної роботи. Тестування.
	Практичне заняття 17 2 год.	Усне опитування. Навчальна дискусія «Робота як внесок у спільну справу». Тренінг «Як навчити мурашник коучингу: Система «LEADing Change» (Управління змінами)». Тестування.
	Практичне заняття 18 2 год.	Усне опитування. Кейс «Соціальна програма Компанія «МЕТРО Кеш енд Кері Україна»». Кейс «Соціальні проекти Креді Агріколь Банк». Визначити напрями соціальних програм, які застосовують «Кока-Кола Беверіджиз Україна», «МакДональдз Юкрейн Лтд», «Samsung Україна» (наводити приклади). Тестування.
	Самостійна робота 16 год.	Охарактеризуйте основні напрямки державної політики сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу (з акцентом на маркетинговій діяльності) в Україні.

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, до віртуального навчального середовища Google Workspace for Education, інформації сайту Університету.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Гарбар Ж.В., Мазур К.В., Мостенська Т.Г. Корпоративне управління та соціальна відповідальність. Частина 2. Корпоративна соціальна відповідальність: навч. посібник. Вінниця: ВНАУ, 2020. 228 с.
2. Гусева О.Ю. Воскобоева О.В., Хлевицька Т.Б. Соціальна відповідальність бізнесу: навчальний посібник. Київ: Державний університет телекомунікацій, 2020. 222 с.
3. Корпоративна соціальна відповідальність: Конспект лекцій: навч. посіб. для студентів спеціальності 075 «Маркетинг», Київ: КПІ ім.Ігоря Сікорського. 2023. 138 с.
<https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/0083f4a7-2adf-464f-9bc8-557f609fa11d/content>
4. Кузьмін О., Пирог О., Чернобай Л., Станасюк Н., Пасінович І. Соціальна відповідальність: практичний аспект. К.: Кондор, 2020. 244с.
5. Мартинюк, О. В. Форми та методи нефінансової звітності в кон- тексті соціальної відповідальності бізнесу. – *Економічний вісник*, 2021.

6. Петровська С.В., Єсмаханова А.У., Ігнатенко О.В. Соціально-відповідальний маркетинг. Навчальний посібник. – Київ: ДУІКТ, 2025. 132 с
7. Соціальна відповідальність : навч. посіб. / Н.М. Сіренко, Т.І. Лункіна, А.В. Бурковська. Миколаїв : МНАУ, 2021. 216 с.
8. Соціальна відповідальність українського бізнесу : рекомендаційний покажчик літератури /уклад. Д. В. Ткаченко ; за ред. О. Г. Пустова, О. О. Цокало. - Миколаїв : МНАУ, 2022. - 80 https://lib.mnau.edu.ua/info5/2022/sots_vid_2022-web.pdf
9. Чупріна М.О. Корпоративна соціальна відповідальність: конспект лекцій: навч. посіб. Київ: КПП ім. Ігоря Сікорського. 2023. 138 с.
10. Mariani, Marcello M., Khowlah Al-Sultan, and Alfredo De Massis. 2023. Corporate social responsibility in family firms: A systematic literature review. Journal of Small Business Management 61: 1192–246.
11. Martin, Kelly D., and Stasha Burpee. 2022. Marketing as problem solver: In defense of social responsibility. AMS Review 12: 44–51.
12. Tanveer, Muhammad, Abdul Rahim Ahmad, Haider Mahmood, and Ikram Ul Haq. 2021. Role of ethical marketing in driving consumer brand relationships and brand loyalty: A sustainable marketing approach. Sustainability 13: 6839.
13. Wisker, Zazli Lily Lily. 2023. Inclusive marketing: Muslims' influence on marketers' behaviour in non-Muslim majority country: Evidence from New Zealand. Journal of Islamic Marketing 14: 3208–27.
14. Zagzebski, Linda. 2023. Divine subjectivity and intersubjectivity. Religious Studies 1: 1–13.
15. Верховна рада України. Офіційний веб-сторінка парламенту України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua>
16. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
15. Єдиний веб-портал органів виконавчої влади в Україні. URL: <http://www.kmu.gov.ua/control>.
18. Організація Об'єднаних Націй в Україні [Електронний ресурс]. URL: <http://un.org.ua/ua/main/corporate-social-responsibility-and-global-compact/the-ten-principles-of-the>
19. Міжнародна організація праці. URL: www.ilo.org
20. Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua>.
21. Національна парламентська бібліотека України. URL: <http://nplu.org>.
22. Історія Європейського Союзу. URL: <http://euinfo.tut.su/istoriya.htm>.
23. Інститут демографії та соціальних досліджень Національної академії наук України. URL: <https://idss.org.ua>
24. Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України. URL: <http://ecos.kiev.ua>
23. Світовий центр даних з геоінформатики та сталого розвитку. URL: <http://wdc.org.ua/uk/services/ukraine-sd>
24. CSR Ukraine. URL: <https://csr-ukraine.org/>

ПОЛІТИКА КУРСУ («ПРАВИЛА ГРИ»)

- Курс передбачає роботу в колективі.
- Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.
- Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу.
- Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.
- Якщо здобувач відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.
- За ініціативою викладача зміст даного курсу оновлюється щорічно, враховуючи зміни у законодавстві України, наукові досягнення за тематикою освітньої компоненти. Здобувачі також можуть долучатись до оновлення дисципліни шляхом подання пропозицій викладачу.
- Здобувачі мають право на перезарахування результатів навчання набутих у **неформальній та інформальній освіті** згідно «Положення про неформальну освіту Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій» https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_35048489.pdf

Правила академічної доброчесності

- Здобувачі освіти у своїй навчальній діяльності зобов'язані дотримуватися цінностей, принципів і правил академічної доброчесності.
- Кожне навчальне завдання має бути виконане самостійно, крім випадків, коли його виконання передбачає участь декількох осіб або правилами виконання відповідних завдань дозволено отримання допомоги від інших осіб, використання допоміжних матеріалів та засобів, мережі Інтернет тощо.
- Кожен здобувач освіти у разі використання у своєму академічному творі результатів інтелектуального творіння інших авторів (текстів, ідей, розробок, тверджень, відомостей, думок тощо) зобов'язаний зробити посилання на відповідне джерело інформації.
- Навчальна робота може включати (повністю або частково) попередню навчальну роботу здобувача освіти лише у тому випадку, якщо це прямо дозволено умовами навчального завдання.

- В аудиторії здобувачі не допускаються до списування та обману – за порушення принципів академічної доброчесності викладач може накладати санкції: зниження балів, повернення роботи на доопрацювання, не допущення до захисту роботи та ін.
Здобувачі можуть ознайомитися із Кодексом академічної доброчесності Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій на сторінці сайту:
https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_96297052.pdf

КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Використовується накопичувальна (100 бальна) система оцінювання. Поточна успішність складається з успішності за активність під час лекцій, роботу на практичних заняттях, виконання завдань під час самостійної роботи. Всі завдання оцінюються відповідно вимог щодо змістовності та встановлених строків виконання і їх здачі. Якщо студента не допущено до складання заліку, як такого, що не виконав індивідуальний план, йому надається час до перескладання для виконання всіх вимог допуску. Студент має право на два перескладання. При повторному перескладанні заліку його у студента може приймати комісія, яка створюється директором ННІМП. Оцінка комісії є остаточною. У випадку отримання студентом 0 балів (неприйнятно), що тягне відрахування за невиконання навчального плану.

Для отримання додаткових балів, студент повинен надати копію сертифіката або друкованої публікації чи письмове повідомлення видавця, про прийняття до друку публікації. Тематика публікації (вебінара, курсу) повинна відповідати змісту дисципліни, при цьому студенту зараховується додаткові бали замість балів за виконання суміжних за тематикою практичних робіт. Максимальна кількість додаткових балів, що можуть бути зараховані за дисципліну – 10 балів. Разом це є підсумковою оцінкою за вивчення навчальної дисципліни. Максимальна кількість балів – 100, мінімальна кількість балів – 60.

Форми контролю / Види навчальної роботи	Оцінювання
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ:	
<i>Робота на заняттях, у т.ч.</i>	
участь у експрес-опитуванні	за кожну правильну відповідь - 0,25 бали
довідь з презентацією за тематикою самостійної роботи	за кожну презентацію (реферат) максимум – 5 балів (оцінка залежить від повноти розкриття теми, якості інформації, самостійності та креативності матеріалу, якості презентації і доповіді)
усне опитування, рішення практичних задач	за кожну правильну відповідь – 0,25 бали
участь у обговоренні ситуаційного завдання	за кожну правильну відповідь – 0,5 бали
участь у діловій грі, навчальній дискусії	за кожну участь - 0,25 бали
<i>Додаткова оцінка за видами діяльності за тематикою дисципліни</i>	
Участь у вебінарах, тренінгах	за кожні 0,1 кредити (3 год.) участі з отриманням сертифікату - 3 бали
Тези доповіді за участю у конференції	за кожні тези, які опубліковані - 3 бали
Стаття у виданні в Україні	за кожну статтю, яка опублікована - 5 балів
Стаття у іноземному виданні	за кожну статтю, яка опублікована - 8 балів
ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ: диференційований залік	Згідно критеріїв оцінювання

ПІДСУМКОВА ОЦІНКА ЗА ДИСЦИПЛІНУ

бали	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка / запис в екзаменаційній відомості
90-100	Студент демонструє повні й міцні знання навчального матеріалу в обсязі, що відповідає силабусу дисципліни, правильно й обґрунтовано приймає необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях. Вміє реалізувати теоретичні положення дисципліни в практичних розрахунках, аналізувати та співставляти дані об'єктів діяльності фахівця на основі набутих з даної та суміжних дисциплін знань та умінь. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включатись в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються. Зменшення 100-бальної оцінки може бути пов'язане з недостатнім розкриттям питань, що стосується дисципліни, яка вивчається, але виходить за рамки об'єму матеріалу, передбаченого силабусом, або студент проявляє невпевненість в тлумаченні теоретичних положень чи складних практичних завдань	Високий Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в силабусі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.	Відмінно / Зараховано (А)

82-89	Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає силабусу дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, дає вичерпні пояснення	Достатній Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни	Добре / Зараховано (B)
75-81	Студент в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає силабусу дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати при вирішенні типових практичних завдань, але допускає окремі неточності. Вміє пояснити основні положення виконаних завдань та дати правильні відповіді при зміні результату при заданій зміні вихідних параметрів. Помилки у відповідях/ рішеннях/ розрахунках не є системними. Знає характеристики основних положень, що мають визначальне значення при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, в межах дисципліни, що вивчається.	Достатній Конкретний рівень, за вивченим матеріалом силабусу дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	Добре / Зараховано (C)
67-74	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений силабусом дисципліни, та розуміє постанову стандартних практичних завдань, має пропозиції щодо напрямку їх вирішень. Розуміє основні положення, що є визначальними в курсі, може вирішувати подібні завдання тим, що розглядалися з викладачем, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усувати за допомогою викладача.	Середній Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни	Задовільно / Зараховано (D)
60-66	Студент має певні знання, передбачені в силабусі дисципліни, володіє основними положеннями, що вивчаються на рівні, який визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень, 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 силабусу дисципліни	Задовільно / Зараховано (E)
35-59	Студент може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що силабус 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.	Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни	Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не зараховано (FX) <i>В залікову книжку не проставляється</i>
0-34	Студент повністю не виконав вимог силабусу 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) <i>В залікову книжку не проставляється</i>