

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ОК 8 «СТУДІЇ З МАРКЕТИНГУ»

Лектор курсу			Ігнатенко Ольга Василівна , кандидат психологічних наук, доцент кафедри маркетингу		Контактна інформація	Ihnatenko.marketer@gmail.com	
Галузь знань			<i>D Бізнес, адміністрування та право</i>		Код курсу GWE	pnxmzt0e	
Спеціальність			D5 Маркетинг		Рівень вищої освіти	Доктор філософії	
Освітня програма			«Маркетинг»		Семестр	3	
					Тип дисципліни	Обов’язкова	
					Вид контролю	Екзамен	
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:				
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка
			3	90	18	-	18

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню		ОК 7 Економетричні моделі в маркетингу
Освітні компоненти для яких є базовою		ОК 9 Глобальний маркетинг
Мета курсу:	поглиблення та систематизація фахових знань аспірантів із сучасних парадигм маркетингу; розвиток здатності самостійно планувати й виконувати оригінальні наукові дослідження; практична імплементація цифрових інструментів, економетричного моделювання та методів формалізації закономірностей розвитку ринкових суб'єктів; генерація нових складних ідей і розробка прикладних рекомендацій для підвищення ефективності маркетингових систем	

Компетентності відповідно до освітньої програми **RH01, RH02, RH04, RH10, RH12**

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)	Hard-skills / Фахові компетентності (ФК)
ЗК04. Здатність розв'язувати комплексні проблеми у сфері маркетингу на основі системного наукового світогляду та загального культурного кругозору із дотриманням принципів професійної етики та академічної доброчесності.	СК01. Здатність планувати і виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у теорії, методології і практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних напрямках. СК03. Здатність застосовувати сучасні методи та інструменти маркетингу, цифрові технології, ресурси та економіко-математичні методи і моделі у науковій та педагогічній діяльності. СК07. Здатність до виявлення і формалізації закономірностей розвитку суб'єктів ринкових відносин на основі фундаментальних та прикладних досліджень, розроблення рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингових систем. СК09. Здатність до креативного мислення, генерування нових складних ідей у сфері маркетингу.

Результати навчання (РН)

RH01. Мати передові концептуальні та методологічні знання з маркетингу і дотичних предметних галузей, а також дослідницькі навички, достатні для проведення наукових і прикладних досліджень на рівні останніх світових досягнень з відповідного напрямку, отримання нових знань та/або здійснення інновацій.
RH04. Глибоко розуміти та імплементувати загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій діяльності.
RH10. Вільно спілкуватися з питань, що стосуються маркетингу, з колегами, широкою науковою спільнотою, суспільством у цілому.
RH12. Креативно мислити, генерувати нові складні ідеї у сфері маркетингу.

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми	Вид заняття	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
РОЗДІЛ 1. Сучасні концептуальні платформи та синергія дослідницьких парадигм у маркетингу		

Тема 1 Трансформація теоретико-методологічних засад маркетингу в умовах глобальних викликів Знати: Сучасні тенденції еволюції маркетингової теорії; принципи інтеграції концепції сталого розвитку в маркетингові системи. Вміти: Ідентифікувати актуальні наукові проблеми та лакуни в глобальному маркетинговому середовищі. Формування компетенцій: ЗК04, СК01 Результати навчання: РН01, РН04. Рекомендовані джерела: 1,2 Оцінювання за тему = 10 балів	Лекція 1 2 год.	Проблемна лекція, експрес-опитування, аналіз наукових публікацій останніх років.
	Практичне заняття 1 2 год.	Усне опитування. Спільне обговорення та критичний аналіз ключових світових трендів і викликів сучасного маркетингу. Презентація результатів міні-досліджень щодо ідентифікації білих плям і лакун у провідних наукових джерелах із проблематики сталого розвитку бізнесу.
	Самостійна робота 4 год.	1. Огляд ключових зарубіжних фахових періодичних видань з маркетингу за останні 2 роки щодо глобальних викликів. 2. Підготовка тез доповіді про трансформацію концепції сталого розвитку в маркетингових дослідженнях.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 1	<u>Sustainable Marketing</u> (University of Illinois at Urbana-Champaign / Coursera). Курс розглядає трансформацію класичних маркетингових концепцій під впливом глобальних викликів сталого розвитку, зміни клімату та етичних орієнтирів сучасного бізнесу.	
Тема 2. Розробка та дизайн оригінального маркетингового дослідження Знати: Методологічні вимоги до формування дизайну дисертаційного дослідження; правила операціоналізації змінних. Вміти: Формулювати робочі гіпотези та обґрунтовувати стратегію емпіричної перевірки наукових результатів. Формування компетенцій: СК01 Результати навчання: РН01, РН04. Рекомендовані джерела: 1 Оцінювання за тему = 10 балів	Лекція 2 2 год.	лекція-дискусія, моделювання дослідницького дизайну.
	Практичне заняття 2 2 год.	Усне опитування. Моделювання архітекτονіки дисертаційних робіт: спільно опрацьовуються формулювання робочих гіпотез, визначаються об'єкти та предмети, а також проводиться взаємне рецензування проєктів дизайну емпіричної перевірки з урахуванням критеріїв валідності та надійності наукових висновків.
	Самостійна робота 8 год.	1. Формулювання робочих гіпотез та побудова структурно-логічної схеми власного дисертаційного дослідження. 2. Операціоналізація основних теоретичних та емпіричних змінних дослідження.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 2	<u>Research Design: Inquiry and Discovery</u> (University of North Texas / Coursera). Допомогає сформувати методологічний дизайн наукового дослідження, коректно визначати змінні, формулювати та перевіряти робочі гіпотези у сфері соціальних і бізнес-наук.	
Тема 3. Виявлення та формалізація закономірностей розвитку ринкових суб'єктів Знати: Теоретичні підходи до аналізу поведінки та взаємодії суб'єктів ринкових відносин у турбулентному середовищі. Вміти: Інтерпретувати закономірності розвитку ринкових систем на основі комплексного аналізу. Формування компетенцій: СК03, СК07 Результати навчання: РН01. Рекомендовані джерела: 1,7,8 Оцінювання за тему = 12 балів	Лекція 3 2 год.	Інтерактивна лекція, розгляд кейсів (Case Study).
	Практичне заняття 3 2 год.	Усне опитування. Практикум базується на розборі реальних ринкових кейсів циклічних криз і трансформацій поведінки споживачів. Аспіранти виконують завдання з якісної та кількісної інтерпретації прихованих трендів, обґрунтовуючи закономірності поведінки суб'єктів в умовах високої невизначеності середовища.
	Самостійна робота 6 год.	1. Опрацювання методології виявлення прихованих закономірностей ринкової поведінки споживачів і конкурентів. 2. Підготовка аналітичної записки щодо специфіки формалізації ринкових процесів у сучасних умовах.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 3	<u>Market Dynamics and Consumer Behavior</u> (Copenhagen Business School / Coursera). Присвячений аналізу поведінки суб'єктів ринкових відносин та методам формалізації ринкових тенденцій	
РОЗДІЛ 2. Інструментальний синергізм, генерація складних ідей та фахова комунікація		
Тема 4. Цифрові платформи, інструменти та цифрові тренди у наукових розвідках з маркетингу	Лекція 4. 2 год.	Лекція-презентація, робота з цифровими сервісами збору даних, дискусія.

<u>Знати:</u> Можливості сучасних цифрових технологій, платформ даних та веб-аналітики у наукових дослідженнях. <u>Вміти:</u> Застосовувати цифрові інструменти для збору, обробки та верифікації емпіричних даних. <u>Формування компетенцій:</u> СК03 <u>Результати навчання:</u> РН04 <u>Рекомендовані джерела:</u> 4,5,10,12 Оцінювання за тему = 12 балів	Практичне заняття 4 2 год.	Тестування онлайн-платформ і сервісів для моніторингу цифрового середовища (веб-аналітики, систем збору та аналізу соціальних даних). Налаштування базових параметрів збору первинних цифрових масивів для власних наукових потреб.
	Самостійна робота 6 год.	1. Огляд сучасних платформ для збору та аналізу цифрових даних (Google Analytics, Social Listening tools тощо). 2. Звіт про апробацію обраного цифрового інструменту для збору первинної маркетингової інформації.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 4		<i>Digital Analytics for Marketing</i> (University of Virginia / Coursera). Охоплює сучасні інструменти веб-аналітики, збору цифрових даних та моніторингу цифрового середовища для прикладних досліджень.
<u>Тема 5. Генерація складних ідей та вирішення комплексних маркетингових проблем</u> <u>Знати:</u> Методи креативного мислення, генерації інноваційних концептів і складних ідей <u>Вміти:</u> Розробляти авторські концепти та моделі розв'язання нетипових науково-прикладних завдань маркетингу. <u>Формування компетенцій:</u> СК09 <u>Результати навчання:</u> РН12, ЗК04. <u>Рекомендовані джерела:</u> 1,2 Оцінювання за тему = 12 балів	Лекція 5 2 год.	Креативний воркшоп, метод мозкового штурму, фасилітація.
	Практичне заняття 5 2 год.	Усне опитування. Заняття побудоване у форматі креативної сесії, де використовуються інструменти фасилітації та дизайн-мислення. Аспіранти колективно генерують складні інноваційні ідеї для вирішення специфічних практичних кейсів підприємств, формуючи прототипи авторських концептуальних підходів.
	Самостійна робота 4 год.	1. Генерація ідей та опис інноваційного концепту для розв'язання практичної проблеми у сфері маркетингу. 2. Підготовка презентації авторської ідеї та захист концепту на практичному занятті.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 5		<i>Creative Thinking: Techniques and Tools for Success</i> . (Imperial College London / Coursera). Навчає методам креативного мислення, інструментам фасилітації та дизайн-мислення для генерації інноваційних ідей у професійній діяльності.
<u>Тема 6. Психологія в маркетингу та глибинні механізми поведінки споживачів</u> <u>Знати:</u> Психологічні чинники формування споживацького вибору; когнітивні спотворення, емоційні тригери та нейромаркетингові підходи до оцінки поведінки суб'єктів. <u>Вміти:</u> інтерпретувати психологічні мотиви прийняття рішень покупцями; застосовувати методи психологічної діагностики та поведінкового аналізу у власних наукових розвідках. <u>Формування компетенцій:</u> СК03, СК09 <u>Результати навчання:</u> РН01, РН12 <u>Рекомендовані джерела:</u> 1,6 Оцінювання за тему = 12 балів	Лекція 6 2 год.	Проблемна лекція, психологічний практикум, аналіз кейсів з поведінкової економіки
	Практичне заняття 6 2 год.	Усне опитування. Дослідження впливу психологічних чинників і когнітивних упереджень на процеси прийняття рішень споживачами. Проводиться моделювання експериментів із виявлення емоційних тригерів, аналізуються дані нейромаркетингових досліджень та розробляються проєкти емпіричної перевірки
	Самостійна робота 6 год.	1. Огляд сучасних наукових публікацій з поведінкової економіки та психології маркетингу за останні 3 роки. 2. Розробка проєкту психологічного експерименту або опитувальнику для оцінки прихованих мотивів споживачів у межах власного дослідження.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 6		<i>Consumer Behavior»</i> (University of Illinois at Urbana-Champaign / Coursera). Курс розглядає психологічні, когнітивні та соціальні чинники, що впливають на прийняття рішень споживачами, а також інструменти дослідження психології покупців у сучасному цифровому середовищі
		Лекція 7 Лекція-консультація, розв'язання розрахунково-аналітичних задач

Тема 7. Економетричне моделювання та кількісний аналіз у маркетингових дослідженнях Знати: Способи інтеграції економетричного інструментарію в прикладні маркетингові розвідки Вміти: Використовувати економіко-математичні моделі для прогнозування та оцінки ефективності маркетингових систем. Формування компетенцій: СК03, СК07 Результати навчання: РН01, РН04 Рекомендовані джерела: 8, 9 Оцінювання за тему = 10 балів	2 год.	
	Практичне заняття 7 2 год.	Усне опитування. Практикум, спрямований на закріплення навичок інтерпретації результатів економіко-математичного моделювання. Аналіз зразків розрахунків ринкових показників, оцінка якості побудованих економетричних рівнянь та перевод отриманих цифрових індикаторів у якісні висновки для дисертацій.
	Самостійна робота 8 год.	1. Підготовка прикладу застосування економіко-математичної моделі для оцінки ефективності маркетингової діяльності. 2. Інтерпретація результатів кількісного аналізу для потреб дисертаційного дослідження.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 7		
Тема 8. Практична імплементація рекомендацій у діяльність ринкових суб'єктів Знати: Принципи трансферу наукових результатів у реальний сектор економіки та бізнес-практику Вміти: Формувати прикладні рекомендації щодо підвищення ефективності діяльності суб'єктів ринку. Формування компетенцій: СК07, СК03 Результати навчання: РН01, РН04 Рекомендовані джерела: 2,3,6,7 Оцінювання за тему = 10 балів	Лекція 8 2 год.	Практичний розбір кейсів бізнесу, експертне обговорення.
	Практичне заняття 8 2 год.	Усне опитування. Практикум присвячений розробці формату практичного впровадження наукових розробок. Аспіранти моделюють проекти довідок про впровадження та готують обґрунтування економічної чи управлінської ефективності запропонованих ними рішень для реального сектору економіки.
	Самостійна робота 6 год.	1. Розробка пакету прикладних рекомендацій для конкретного підприємства чи ринкової системи. 2. Оформлення довідки про впровадження або пропозицій щодо трансферу результатів дослідження в практику.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 8		
Тема 9. Маркетинговий аудит та бенчмаркінг у системі оцінювання конкурентоспроможності Знати: Методику проведення комплексного маркетингового аудиту; інструменти порівняльного аналізу (бенчмаркінгу) та оцінки ринкових позицій суб'єктів Вміти: Застосовувати інструменти маркетингового аудиту для діагностики слабких місць і розробки коригувальних заходів у маркетингових системах. Формування компетенцій: СК03, СК07, СК01 Результати навчання: РН01, РН04 Рекомендовані джерела: 5, 7, 8, 11 Оцінювання за тему = 12 балів	Лекція 9 2 год.	Проблемна лекція, практичний аудит-практикум.
	Практичне заняття 9 2 год.	Усне опитування. Тренінг з проведення комплексного маркетингового аудиту на прикладі обраних компаній. Використовуючи інструменти бенчмаркінгу та матричні методи оцінки, проведення діагностики слабких місць ринкових систем і формування портфелю коригувальних заходів.
	Самостійна робота 6 год.	1. Здійснення тестового маркетингового аудиту обраного об'єкта за допомогою матриць бенчмаркінгу. 2. Підготовка висновків і проєкту коригувальних заходів за результатами аудиту.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 9		
Competitive Strategy (LMU Munich / Coursera). Розглядає інструменти порівняльного аналізу (бенчмаркінгу) та методики проведення комплексного аудиту для діагностики ринкових позицій суб'єктів.		

МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Комп'ютерний клас для проведення практичних занять. Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран. Програмне забезпечення: ОС Windows, MS Office, доступ до онлайн-додатків, періодичних видань та інших інтернет-джерел, електронної бібліотеки ДУІКТ, віртуального навчального середовища Google Workspace for Education, інформації сайту Університету.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Виноградова О.В.. Основи наукових досліджень та організації науки. *Конспект лекцій*. Київ, Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій, 2025. 182 с. <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2296/view/2394>
2. Vynogradova O., Dymenko O., Ihnatenko O., Darchuk V., Sovershenna I., Snitko A. (2025) Ensuring the financial stability of the enterprise with performance marketing tools. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2024. 3(56). P.518-532. URL: <https://doi.org/10.55643/fcaptop.3.56.2024.4359>
3. Vynogradova O., Sovershenna, I., Yesmakhanova, A., Ihnatenko O. (2024) Development trends of payment ecosystems as a key link of the e-commerce infrastructure. *International Science Journal of Management, Economics & Finance*. 2024. Vol. 3 No. 5, P. 45–54. URL: <https://doi.org/10.46299/j.isjmef.20240305.06>
4. Виноградова О. В., Ігнатенко О. В., Недопако Н. М., Ільницький Т. Р. (2024) Проблеми впровадження digital-технологій у маркетингову діяльність українських компаній. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. №2 (45), С.4-9. URL: <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2957>
5. Виноградова О., Ромашенко О., Снітко А. (2026). Ефективність використання інтернет-інструментів як чинник забезпечення конкурентоспроможності підприємств в інтернет-середовищі. *Економіка та суспільство*, Вип. 85. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/>
6. Воскобєєва О. В., Ігнатенко О. В., Сьомкіна Т. В., Недопако Н. М. (2024). Оцінка ефективності управління маркетинговою діяльністю як чинник результативності бізнесу. *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука"*. № 11. <https://doi.org/10.25313/2520-2057-2024-11-10493>
7. Воскобєєва О.В., Ромашенко О.С. Бізнес-діагностика в маркетингу: навчальний посібник. Київ: Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій, 2025. 164с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/l_2275_14853958.pdf
8. Зоріна О. І., Нескуба Т. В., Мкртичян О. М. Маркетингово-економічний аналіз: конспект лекцій. 2021. URL: <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2286/view/255>
9. Лебеденко С. О. Програмне забезпечення для аналізу даних в маркетингу: конспект лекцій. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2025. 90 с. <https://ela.kpi.ua/items/3b473c7e-e24f-4d86-b342-16bc66ab5b68>
10. Маркетинг у цифровому середовищі : підручник / Н. Є. Летуновська, Л. М. Хоменко, О. В. Люльов та ін. ; за заг. ред. Н. Є. Летуновської, Л. М. Хоменко. Суми : Сумський державний університет. 2021. 259 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/fe6dd106-723c-4919-aaf4-a9433ba9217f/content>
11. Романенко О., Ромашенко О. (2026). Методичні засади побудови системи цифрового моніторингу для обґрунтування стратегічних рішень компанії. *Економічний простір*. 2026. DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.213.159-166>
12. Шевченко І. О. Цифровий маркетинг: навчальний посібник. Харків: Національний аерокосмічний університет «Харківський авіаційний інститут», 2026. https://www.researchgate.net/publication/406374433_Cifrovij_marketing_Navcalnij_posibnik

ПОЛІТИКА КУРСУ («ПРАВИЛА ГРИ»)

- **Робота в колективі:** Курс передбачає роботу в колективі.
- **Аудиторне середовище:** Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.
- **Відвідування та самостійна робота:** Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу.
- **Дедлайни:** Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.
- **Пропущені заняття:** Якщо здобувач відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.
- **Актуалізація курсу:** За ініціативою викладача зміст даного курсу оновлюється щорічно, враховуючи зміни у законодавстві України, наукові досягнення за тематикою освітньої компоненти та пропозиції стейкхолдерів (провідних компаній галузі, академічної спільноти та випускників). Здобувачі також можуть долучатись до оновлення дисципліни шляхом подання пропозицій викладачу.
- **Неформальна освіта:** Здобувачі мають право на перезарахування результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті, згідно з [«Положенням про неформальну освіту Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій»](#).

Правила академічної доброчесності та використання штучного інтелекту (ШІ)

- **Дотримання цінностей:** Здобувачі освіти у своїй навчальній діяльності зобов'язані дотримуватися цінностей, принципів і правил академічної доброчесності.
- **Самостійність виконання:** Кожне навчальне завдання має бути виконане самостійно, крім випадків, коли його виконання передбачає участь декількох осіб або умовами завдання дозволено використання допоміжних матеріалів, мережі Інтернет та інструментів ШІ.
- **Правила цитування:** Кожен здобувач освіти у разі використання у своєму академічному творі результатів інтелектуальної праці інших авторів (текстів, ідей, розробок, відомостей тощо) зобов'язаний зробити належне посилання на відповідне джерело.
- **Самоплагіат:** Навчальна робота може включати (повністю або частково) попередню навчальну роботу здобувача освіти лише у тому випадку, якщо це прямо дозволено умовами навчального завдання.
- **Правила використання інструментів ШІ:**
 - Використання генеративних систем ШІ (ChatGPT, Claude, Gemini тощо) дозволяється як допоміжний інструмент для генерації ідей, пошуку джерел, структурування матеріалу або перевірки синтаксису/коду, якщо інше прямо не вказано в умовах конкретного завдання.
 - Якщо під час виконання завдання або підготовки науково-дослідної роботи використовувався ШІ, здобувач зобов'язаний зазначити це у роботі (наприклад, у формі примітки: «Під час підготовки розділу X використано [назва сервісу ШІ] для [ціль використання: аналіз структури / переклад]»).
 - Здобувач вищої освіти несе повну особисту відповідальність за достовірність, точність і перевірку фактів, даних та посилань, згенерованих ШІ
 - Пряме подання згенерованого ШІ тексту, коду чи розрахунків без критичного аналізу, власного опрацювання та зазначення використання ШІ розцінюється як академічна нечесність (плагіат/приховування авторства).
 - Заборонено завантажувати в публічні моделі ШІ персональні дані, конфіденційну інформацію, закриті наукові чи службові розробки.
 - В аудиторії здобувачі не допускаються до списування, обману та прихованого використання ШІ. За порушення принципів академічної доброчесності можливе зниження балів, повернення роботи на доопрацювання, недопущення до захисту роботи тощо.
- Здобувачі можуть ознайомитися із [Кодексом академічної доброчесності Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій](#) та [Рекомендаціями МОН України щодо відповідального використання технологій ШІ у закладах вищої освіти](#).

КРИТЕРІЙ 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 кожную правильну відповідь - 0,5 бали
доповідь з презентацією за тематикою самостійної роботи	за кожную презентацію (реферат) максимум - 5 балів (оцінка залежить від повноти розкриття теми, якості інформації, самостійності та креативності матеріалу, якості презентації і доповіді)
усне опитування, тестування	за кожную правильну відповідь – 0,2 бали
рішення практичних задач	за кожную правильну відповідь – 0,5 бали
участь у обговоренні ситуаційного завдання	за кожную правильну відповідь – 0,5 бали

участь у навчальній дискусії		за кожну участь - 0,5 бали	
Додаткова оцінка за видами діяльності за тематикою дисципліни			
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 (A)
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 вивченням 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	Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що	Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не

	практичних робіт в більшості є невірними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у студента відсутні.	формуються при вивченні дисципліни	зараховано (FX) В залікову книжку не проставляється
0-34	Студент повністю не виконав вимог 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 проставляється

Гарант освітньої програми



Тетяна СЬОМКІНА