

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО НАВЧАЛЬНУ ДИСЦИПЛІНУ	
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Код і найменування спеціальності	075 Маркетинг
Тип і назва освітньої програми	освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Курс, семестр	2-й курс, 3- і 4-й семестр
Обсяг і форма семестрового контролю з навчальної дисципліни	Кількість кредитів ЄКТС – 7,5 Загальна кількість годин – 225, із яких: лекцій – 52 год., практичних занять – 38 год. Форма семестрового контролю – залік, екзамен
Мова(и) викладання	державна
Навчально-науковий інститут кафедра	ННІ інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій, кафедра маркетингу
Контактні дані розробника(ів)	Терещенко Іван Олексійович, завідувач кафедри маркетингу, к.е.н., доцент <i>Контакти:</i> ауд. 473 (навчальний корпус № 4) <i>e-mail:</i> ivan.tereshchenko@pdau.edu.ua <i>Сторінка викладача:</i> https://www.pdau.edu.ua/people/tereshchenko-ivan-oleksiyovych 
МІСЦЕ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ В ОСВІТНІЙ ПРОГРАМІ	
Статус навчальної дисципліни	Обов'язкова навчальна дисципліна
Передумови для вивчення навчальної дисципліни	Передумовою для вивчення дисципліни є досягнуті результати навчально-пізнавальної діяльності при формуванні відповідних компетентностей при вивченні таких дисциплін як: «Філософія» «Економічна теорія», «Інфраструктура товарного ринку», «Економіка і фінанси підприємства», «Економічна інформатика»
Компетентності	загальні: ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК 5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК 11. Здатність працювати в команді. ЗК 16. Здатність до адаптації, креативності, генерування ідей та дій у новій ситуації, формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички.

	спеціальні (фахові): ФК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. ФК 2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. ФК 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. ФК 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. ФК 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. ФК 16. Здатність поглиблено аналізувати проблеми і явища в сфері маркетингу з врахуванням економічних ризиків та можливих соціально-економічних наслідків.
Програмні результати навчання	ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. 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 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПРН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПРН 20. Планувати розвиток організації в напрямі підвищення економічної ефективності її діяльності та конкурентоспроможності
РОЛЬ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ У ФОРМУВАННІ СОЦІАЛЬНИХ НАВИЧОК (SOFT SKILLS)	
Вивчення навчальної дисципліни забезпечує формування таких соціальних навичок: лідерство; вміння працювати в критичних умовах (стресостійкість, збагачення емоційного інтелекту); здатність логічно й системно мислити; креативність; ефективний обмін інформацією між людьми, об'єднаними спільними професійними інтересами (нетворкінг); діяти соціально відповідально та свідомо; діяти на основі етичних міркувань (мотивів); медіаграмотність тощо.	
МЕТА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	
Формування у студентів комплексної системи теоретичних знань та практичних навичок з маркетингової діяльності, необхідних для ефективного управління маркетинговими процесами в сучасних ринкових умовах; розвиток професійних компетентностей щодо розробки та реалізації маркетингових стратегій, використання інструментів маркетингового комплексу, проведення маркетингових досліджень, аналізу ринкового середовища та споживчої поведінки. Навчальна дисципліна спрямована на опанування студентами сучасних концепцій маркетингу, методів формування конкурентних переваг, принципів сегментації ринку та позиціонування, технологій розробки маркетингових програм, інструментів цифрового маркетингу, а також розвиток здатності приймати обґрунтовані маркетингові рішення для досягнення бізнес-цілей підприємства в умовах динамічного ринкового середовища.	

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція
Тема 2. Функції та принципи маркетингу
Тема 3. Класифікація маркетингу
Тема 4. Маркетингове середовище підприємства
Тема 5. Маркетингові дослідження та система маркетингової інформації
Тема 6. Сегментація ринку та позиціонування товарів
Тема 7. Поведінка споживача в системі маркетингу
Тема 8. Формування маркетингової стратегії підприємства
Тема 9. Маркетингова товарна політика
Тема 10. Управління торговими марками
Тема 11. Особливості маркетингу послуг
Тема 12. Маркетингова цінова політика
Тема 13. Маркетингова збутова політика
Тема 14. Логістика та управління ланцюгами постачання в маркетингу
Тема 15. Система маркетингових комунікацій
Тема 16. Реклама й рекламна діяльність
Тема 17. Організація, планування та контроль маркетингової діяльності підприємства
Тема 18. Особливості маркетингової діяльності організацій аграрної сфери
Тема 19. Сучасні тенденції та інновації у розвитку маркетингу

МЕТОДИ НАВЧАННЯ І ВИКЛАДАННЯ

1. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності:

словесні методи: *лекція, розповідь-пояснення; бесіда;*

наочні методи: *ілюстрування; демонстрування;*

практичні методи: *робота з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анотування.*

2. Методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності:

методи формування пізнавальних інтересів: *створення ситуації інтересу та новизни навчального матеріалу; метод використання життєвого досвіду; навчальні дискусії для вирішення проблемної ситуації.*

3. Інноваційні та інтерактивні методи навчання:

інтерактивні методи: *дискусії, диспути, проектування професійних ситуацій, кейс-метод, «Мозковий штурм»;*

комп'ютерні і мультимедійні методи: *використання мультимедійних презентацій; дистанційне навчання.*

4. Методи контролю і самоконтролю за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності:

методи усного контролю: *опитування, бесіда;*

методи письмового контролю: *самостійна робота, творче завдання;*

методи самоконтролю: *самостійний пошук помилок; самоаналіз.*

ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Схема нарахування балів, шкала та критерії оцінювання результатів навчання

Наведені у Додатку до силабусу

ПОЛІТИКА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ТА ОЦІНЮВАННЯ

- щодо термінів виконання та перескладання

Здобувач вищої освіти зобов'язаний дотримуватись крайніх термінів (дата для аудиторних видів робіт або час в системі дистанційного навчання LMS Moodle), до яких має бути виконано певне завдання.

Терміни виконання та перескладання регламентуються Положенням про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти в Полтавському державному аграрному університеті <https://surl.li/xjujyv> та Положенням про організацію освітнього процесу в Полтавському державному аграрному університеті

	https://surl.li/fnemwn. Виконання завдань з порушенням термінів без поважних причин оцінюється на нижчий на 25% бал. Перескладання поточного та підсумкового контролю відбуваються за наявності поважних причин з дозволу директорату.
- щодо академічної доброчесності	Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації. Документи, що стосуються академічної доброчесності, представлені на вкладці «Академічна доброчесність» Полтавського державного аграрного університету: https://surl.li/dxckbi. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності https://surl.li/xwpemq та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавського державного аграрного університету http://surl.li/cbcoqm.
- щодо відвідування занять	Відвідування здобувачами вищої освіти всіх видів навчальних занять є обов'язковим. Не дозволяються пропуски занять та запізнення з неповажних причин. Здобувачі освіти повинні приймати активну участь під час проведення занять, виконувати необхідний мінімум навчальної роботи, що є допуском до підсумкового контролю. В умовах впровадження дистанційної форми навчання за наявності об'єктивних причин (наприклад, лікарняні, індивідуальний графік, знаходження на карантині тощо) та за узгодженням з викладачем, освоєння навчальної дисципліни здобувачами вищої освіти може здійснюватися самостійно, на засадах академічної доброчесності. При цьому щотижня здобувач вищої освіти має звітувати через електронну пошту, або через систему дистанційного навчання LMS Moodle про стан виконання завдань.
- щодо зарахування результатів неформальної / інформальної освіти	На здобувачів вищої освіти поширюється право про визнання результатів навчання, здобутих у неформальній/інформальній освіті перед / під час опанування даної освітньої компоненти. Набуття відповідних результатів навчання можливе після успішного опанування курсів (з документальним підтвердженням) на різноманітних навчальних платформах, зокрема: Prometheus, Coursera, Edera тощо. Особливості неформального/інформального навчання регламентовані Положенням про порядок визнання результатів навчання, здобутих у неформальній та інформальній освіті здобувачами вищої освіти

	Полтавського державного аграрного університету https://surl.li/szdvqi .
- щодо оскарження результатів оцінювання	Після оголошення результатів поточного або семестрового контролю здобувач освіти має право звернутися до викладача з проханням надати роз'яснення щодо отриманої оцінки. Підставами для оскарження результату оцінювання можуть бути: недотримання викладачем системи оцінювання, вказаної у робочій програмі навчальної дисципліни, необ'єктивне оцінювання та/або наявність конфлікту інтересів, якщо про його існування здобувачу вищої освіти не було і не могло бути відомо до проведення оцінювання. Результат оцінювання може бути оскаржений не пізніше наступного робочого дня після його оголошення. Для оскарження результату оцінювання здобувач вищої освіти звертається з письмовою заявою до директора ННІ. Порядок оскарження результатів оцінювання здобувачів вищої освіти регламентується Положенням про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти в Полтавському державному аграрному університеті https://surl.li/vhoeun .

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основні

1. Балабанова Л., Холод В., Балабанова І. Маркетинг підприємства: підручник. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 612 с.
2. Балабанова Л. В., Холод В. В., Балабанова І. В. Стратегічний маркетинг : підручник. Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі, Ін-т економіки і упр., Каф. маркетинг. менеджменту. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 631 с.
3. Карпенко Н. Маркетингова діяльність підприємств. Сучасний зміст: монографія. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 252 с.
4. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу : підручник. Київ : Діалектика, 2020. 880с.
5. Кочкіна Н. Ю. Управління маркетингом : навч. посібник. Київ: Інтерсервіс, 2019. 368 с.

Допоміжні

1. Біловодська О.А. Маркетингова політика розподілу інноваційної продукції промислових підприємств : монографія. Київ : Центр учбової літератури, 2022. 461 с.
2. Краус К.М. Управління маркетингом малих торговельних підприємств : монографія. Київ: Центр учбової літератури, 2022. 226 с.
3. Летуновська Н. Є., Люльов О. В. Маркетинг у туризмі : підручник. Суми: Сумський державний університет, 2020. 270 с.
4. Маркетинг у галузях і сферах діяльності: навч. посіб. / [І. Г. Черданцева, І. А. Нємцева, О. В. Кифяк та ін. ; за ред. І. М. Буднікевич]. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 535 с.
5. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст: монографія / [Н. В. Карпенко, М. В. Макарова, Н. С. Педченко та ін.]; за заг. ред. Н. В. Карпенко. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 251 с.
6. Павлов К.В., Лялюк А.М., Павлова О.М. Маркетинг: теорія і практика : підручник. Луцьк : Волиньполіграф. 2022. 408 с.
7. Писаренко В., Пронько Л., Підвальна О., Ложачевська О., Фастовець Н., Рібейро Рамос О. (2024). Маркетинговий менеджмент біоекономічного потенціалу підприємств і якості їхньої інноваційної продукції в стратегії повоєнного відновлення. Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice, 6(59), 648–664. URL: <https://doi.org/10.55643/fcaptop.6.59.2024.4637>
8. Слободяник А.М., Могилевська О.Ю., Романова Л.В., Салькова І.Ю. Digital- маркетинг: теорія і практика : навч. посіб. Київ : КиМУ, 2022. 228 с.
9. Смерічевська С.В. Маркетинг і логістика: концептуальні основи та стратегічні рішення: навч. посіб. у схемах і таблицях (для студ. ВНЗ, які навчаються за екон. та інж. спец.) / С.В. Смерічевська, М.В. Жаболенко, С.В. Чернишева ; за ред. С.В. Смерічевська. Львів :

Магнолія-2006, 2024. 546 с.

10. Цвілий С.М., Кукліна Т.С., Зайцева В.М. Маркетинг в готельно-ресторанному господарстві : навч. посіб. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2023. 260 с.

11. Pysarenko V. Marketing analysis of the global organic products market. Modern Management Review. 2020. № 3. P.43-53. Index Copernicus URL: <http://yadda.icm.edu.pl/yadda/element/bwmeta1.element.ekon-element-000171602951>

12. Ivan Tereshchenko, Viktoriia Danylenko, Tatyana Borovyk, Olena Maiboroda. Innovative approach to the development and increase of the efficiency of marketing in social networks. Маркетинг і цифрові технології. Том 6 № 4 (2022). URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/275/174>

13. Терещенко І.О., Боровик Т.В., Даниленко В. І., Майборода О.В., Шульга Л.В. Перший посібник з таргетингу : навч. посібник. Київ, Видавничий дім «Вініченко», 2024. 166 с

14. Дичковська, Я.А., Решетнікова, О., Боровик, Т., Майборода, О., Терещенко, І. (2023). Проблеми маркетингової логістики та інфраструктури в Україні в умовах воєнного стану: шляхи їх вирішення в контексті євроінтеграції. Journal of Innovations and Sustainability, 7 (4), 01. <https://isjournal.com/is/article/view/217/123>

15. Терещенко І. О., Гринь О. Е., Уткін М. С., Артеменко О. Ю. Особливості маркетингових комунікацій у формуванні конкурентоспроможності підприємств АПК в кризових умовах. Агросвіт. 2024. № 24. С. 115-121. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2024.24.115>

Інформаційні ресурси

1. Агентство PERFORMANCE маркетингу. URL: <https://roman.ua/>

2. Академія Інтернет-Маркетингу #1. URL: <https://webpromoexperts.net/ua/>

3. Американська асоціація маркетингу. URL: <https://www.ama.org>.

4. Аналітичний медіапортал про ринок реклами, маркетингу, PR в Україні. URL: <https://sostav.ua/>.

5. Аналітичний медіапортал про ринок реклами, маркетингу, PR в Україні. URL: <https://sostav.ua/>

6. Журнал «Маркетинг в Україні». URL: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>

7. Журнал «Маркетинг і менеджмент інновацій». URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>

8. Журнал «Маркетинг і реклама». URL: <https://mr.com.ua>

9. Журнал «Маркетинг і цифрові технології». URL: <http://mdtopu.com.ua/index.php/mdt>

10. Маркетинговий портал. URL: <http://www.marketing-research.in.ua>.

11. Нормативно-правова база маркетингової діяльності в Україні». URL: <http://sites.google.com/site/lekciie/rozdil-1-vstup-do-marketingu/normativno-pravova> .

12. Нормативно-правова база України URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/>.

13. Онлайн-Бібліотека. URL: <http://imanbooks>.

14. Онлайн-Бібліотека. URL: <http://www.twirpx.com/file/82805/>.

15. Онлайн-платформа автоматизації маркетингу. URL: <https://www.marketo.com/>

16. Офіційний сайт Державної служби статистики України URL: www.ukrstat.gov.ua.

17. Офіційний сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України URL: www.me.gov.ua.

18. Офіційний сайт Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua>.

19. Українська асоціація маркетингу. URL: <https://uam.in.ua>

20. Google Аналітика. URL: <https://youngsoul.co.ua/>

21. YoungSoul Сайт з душою. URL: <https://youngsoul.co.ua/>

Реквізити затвердження

Схвалено на засіданні кафедри маркетингу, протокол від 01 вересня 2025 року № 1

Додаток до програми
**СХЕМА НАРАХУВАННЯ БАЛІВ, ШКАЛА ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ
РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ**

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни

Назва теми	Форми контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти						Разом
	Виконання практичного завдання	Обговорення теоретичних питань	Виконання завдань самостійної роботи	Підготовка реферату	Підготовка презентації	Екзамен	
1 семестр							
Тема 1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція	3	2	3	12			8
Тема 2. Функції та принципи маркетингу	3	2	3				8
Тема 3. Класифікація маркетингу	3	2	3				8
Тема 4. Маркетингове середовище підприємства	3	2	3				8
Тема 5. Маркетингові дослідження та система маркетингової інформації	3	2	3				8
Тема 6. Сегментація ринку та позиціонування товарів	3	2	3				8
Тема 7. Поведінка споживача в системі маркетингу	3	2	3				8
Тема 8. Формування маркетингової стратегії підприємства	3	2	3				8
Тема 9. Маркетингова товарна політика	3	2	3				8
Тема 10. Управління торговими марками	3	2	3				8
Тема 11. Особливості маркетингу послуг	3	2	3				8
За будь якою темою на вибір				12			12
Всього	33	22	33	12	x	x	100
2 семестр							
Тема 12. Маркетингова цінова політика	3	2	3		16	20	8
Тема 13. Маркетингова збутова політика	3	2	3				8
Тема 14. Логістика та управління ланцюгами постачання в маркетингу	3	2	3				8
Тема 15. Система маркетингових комунікацій	3	2	3				8
Тема 16. Реклама й рекламна діяльність	3	2	3				8
Тема 17. Організація, планування та контроль маркетингової діяльності підприємства	3	2	3				8
Тема 18. Особливості маркетингової діяльності організацій аграрної сфери	3	2	3				8
Тема 19. Сучасні тенденції та інновації у розвитку маркетингу	3	2	3				8
За будь якою темою на вибір				x	16		16
Разом							80
Екзамен						20	20
Всього	24	16	24	0	16	20	100

*додаткову кількість балів здобувач вищої освіти може отримати опублікувавши тези доповідей у межах тем дисципліни. Максимальна кількість балів за опубліковані тези – 10 балів – додаються в кінці семестру.

Поточний контроль здійснюється на практичних заняттях впродовж семестру у формі розв'язування тестів, виконання практичних завдань, виконання реферату, презентації, виконання завдань самостійної роботи.

Форми, шкала та критерії оцінювання результатів навчання при проведенні поточного контролю успішності здобувачів вищої освіти:

Шкала та критерії оцінювання виконання практичних завдань

Кількість балів	Критерії оцінювання
3	Здобувач вищої освіти правильно розв'язав практичне завдання (задачу), вміє пояснити методику розв'язання та зміст застосовуваного понятійного апарату і формул. Вміє аргументувати свої думки. Здобувач вищої освіти на занятті показує високий рівень формування компетентностей та досягнення програмних результатів навчання.
2	Здобувач вищої освіти показує знання методики розв'язання практичного завдання (задачі) та змісту застосовуваного понятійного апарату і формул. Проте допущені окремі незначні помилки у розв'язанні. Здобувач вищої освіти на занятті показує достатній рівень формування компетентностей та досягнення програмних результатів навчання.
1	Здобувач вищої освіти частково розв'язав практичне завдання (задачу), але не спромігся аргументувати свою відповідь, помилився у використанні понятійного апарату та методики розв'язання задачі. Незначна активність на занятті, показує низький рівень формування компетентностей та досягнення програмних результатів навчання.
0	Завдання не виконане, що не дає можливість оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів навчання.

Шкала та критерії оцінювання обговорення теоретичних питань

Кількість балів	Критерії оцінювання
2	Відповідь правильна, обґрунтована, осмислена та характеризує наявність спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень, критичне осмислення проблем у навчанні. Відповідь характеризує уміння виявляти та розв'язувати проблему, інтегрувати знання та повністю відображає визначений результат навчання за темою. Відповідь характеризує уміння виявляти та розв'язувати проблему, інтегрувати знання та повністю відображає визначений результат навчання за темою.
1	Відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про об'єкт вивчення, характеризує застосування знань при виконанні завдань за зразком, але з неточностями.
0	Відповідь не правильна, що не дає можливість оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів навчання.

Шкала та критерії оцінювання виконання завдань самостійної роботи

Кількість балів	Критерії оцінювання
3	Здобувач вищої освіти правильно виконав завдання, вміє пояснити методику розв'язання та зміст застосовуваного понятійного апарату і формул. Вміє аргументувати свої думки.
2	Здобувач вищої освіти показує знання методики виконання завдання та змісту застосовуваного понятійного апарату і формул. Проте допущені окремі незначні помилки при виконанні.
1	Здобувач вищої освіти частково виконав завдання, але не спромігся аргументувати свою відповідь, помилився у використанні понятійного апарату та методики.
0	Не розкрито зміст навчального матеріалу, що не дає можливості оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів.

Шкала та критерії оцінювання підготовки реферату

Кількість балів	Критерії оцінювання
9-12	проблема, яка розглядається в рефераті, викладена повно, послідовно, логічно; список використаних джерел 5-6 позицій, відповідає діючому стандарту оформлення бібліографії: здобувач при захисті реферату повністю демонструє засвоєний результат навчання за темою реферату.
5-8	тема реферату викладена досить повно, але є певні недоліки щодо відповідності результату навчання, логіці викладу; бібліографічний список нараховує 4-5 джерел, відповідає сучасним правилам, але містить певні помилки, здобувач при захисті реферату не повністю володіє матеріалом щодо результату навчання за темою реферату.
1-4	тема реферату нерозкрита або ж повністю не розкриває заявлений результат навчання, у бібліографічному списку менше 2 наукових джерел, і він подається не за сучасними правилами, здобувач відмовляється від захисту.

0	Не розкрито зміст навчального матеріалу, що не дає можливості оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів.
---	---

Шкала та критерії оцінювання підготовки презентації

Кількість балів	Критерії оцінювання
13-16	зміст презентації відповідає темі та результату навчання; наявність творчого підходу складання презентації; якісно підготовлена практична розробка, дотримані всі вимоги щодо технічного й естетичного оформлення роботи і орфографічних вимог, наявності електронного (на носіїві) матеріалу презентації.
7-12	наявність незначних недоліків у відповідності теми презентації заявленому результату навчання, виконанні презентації та її оформленні.
1-6	наявність суттєвих недоліків або ж повній невідповідності теми презентації результату навчання, вимогам щодо обсягу, оформлення та викладу змісту презентації.
0	Не розкрито зміст навчального матеріалу, що не дає можливості оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів.

Шкала та критерії оцінювання екзамену

Вид завдання	Кількість балів	Критерії оцінювання
для теоретичного питання*	0	Відсутність відповіді на теоретичне питання, що не дає можливість оцінити формування компетентностей та отримання програмних результатів навчання у здобувача вищої освіти.
	1	Здобувач вищої освіти не володіє переважною частиною програмного матеріалу, допускає суттєві помилки при висвітленні понять.
	2	Здобувач вищої освіти в загальній формі розбирається в матеріалі, допускає суттєві помилки при висвітленні матеріалу, формулюванні понять, не може навести приклади.
	3	Здобувач вищої освіти володіє достатнім обсягом навчального матеріалу, здатний його аналізувати, але не має достатніх знань для формування висновків, не завжди здатний асоціювати теоретичні знання з практичними прикладами.
	4	Здобувач вищої освіти демонструє достатньо високий рівень знань, при цьому відповідь досить повна, логічна, з елементами самостійності, але містить деякі неточності або незначні помилки, або присутня недостатня чіткість у визначенні понять.
	5	Здобувач вищої освіти повною мірою засвоїв програмний матеріал, виявляє знання основної та додаткової літератури, наводить власні міркування, робить узагальнюючі висновки, вдало наводить приклади.
Максимальна кількість балів	10 балів	
Професійно-орієнтоване (практичне завдання)	0-1	Відсутність розрахунку практичної ситуації, що не дає можливість оцінити формування компетентностей та отримання програмних результатів навчання у здобувача вищої освіти.
	2-3	Здобувач вищої освіти планує та виконує частину завдання за допомогою викладача.
	5-6	Здобувач вищої освіти має елементарні, нестійкі навички виконання завдання.
	7-8	Здобувач вищої освіти за зразком самостійно виконує практичні завдання, передбачені програмою; має стійкі навички виконання завдання.
	9-10	Здобувач вищої освіти може аргументовано обрати раціональний спосіб виконання завдання й оцінити результати власної практичної діяльності; виконує завдання. не передбачені навчальною програмою: вільно використовує знання для розв'язання поставлених перед ним завдань.
Максимальна кількість балів	10 балів	
Всього	20 балів	

*іспит складається з 2 теоретичних питань