

СИЛАБУС
навчальної дисципліни
«МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В АГРАРНОМУ БІЗНЕСІ»

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО НАВЧАЛЬНУ ДИСЦИПЛІНУ	
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Код і найменування спеціальності	D5 Маркетинг
Тип і назва освітньої програми	освітньо-професійна програма Маркетинг
Курс, семестр	1 курс, 1 семестр.
Обсяг і форма семестрового контролю з навчальної дисципліни	Кількість кредитів ЄКТС – 4,5 Загальна кількість годин – 135, із яких: <u>денна форма</u> : лекцій – 22 год., практичних занять – 24 год. <u>заочна форма</u> : лекцій – 8 год., практичних занять – 8 год. Форма семестрового контролю – екзамен
Мова(и) викладання	державна
Навчально-науковий інститут кафедра	Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій, кафедра маркетингу
Контактні дані розробника(ів)	Шульга Людмила Володимирівна, к.е.н., доцент, контакти: каб. 472 (навчальний корпус №4), e-mail: liudmyla.shulga@pdau.edu.ua, Сторінка викладачки: https://www.pdau.edu.ua/people/shulga-liudmyla-volodymyrivna
МІСЦЕ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ В ОСВІТНІЙ ПРОГРАМІ	
Статус навчальної дисципліни	Обов'язкова навчальна дисципліна
Передумови для вивчення навчальної дисципліни	Передумови відсутні.
Компетентності	загальні: ЗК 1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК 5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 8. Здатність розробляти проекти та управляти ними. фахові: ФК 3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. ФК 4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. ФК 5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. ФК 6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. ФК 7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. ФК 10. Здатність здійснювати стратегічний та аналітичний супровід маркетингової діяльності суб'єктів агробізнесу на основі комплексного дослідження ринку, використання маркетингової аналітики, цифрових технологій, інструментів управління ланцюгами постачання та прийняття обґрунтованих управлінських рішень в умовах невизначеності.

Програмні результати навчання	ПРН 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів. ПРН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм. ПРН 16. Вміти аналізувати маркетингове середовище та результати маркетингової діяльності підприємств агробізнесу, використовувати інструменти діджитал маркетингу, управління логістичними процесами для розроблення й обґрунтування стратегічних рішень, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності та стійкості бізнесу в умовах невизначеності.
--------------------------------------	---

РОЛЬ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ У ФОРМУВАННІ СОЦІАЛЬНИХ НАВИЧОК (SOFT SKILLS)

Вивчення навчальної дисципліни забезпечує формування таких соціальних навичок: комунікативні (комунікабельність, виховання потреби систематичного оновлення своїх знань для їх практичного застосування, проведення презентації, робота в команді, зворотний зв'язок); когнітивні та інформаційні (логіка, бажання навчатися, критичне мислення, самоорганізація); креативні (генерація нових ідей та інноваційних рішень); безконфліктність (вміння врегульовувати суперечності між членами команди або зацікавленими сторонами в процесі реалізації проектів).

МЕТА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Формування системи теоретичних знань, практичних умінь і компетентностей щодо маркетингового менеджменту підприємств аграрного бізнесу, зокрема організації, планування, реалізації та контролю маркетингової діяльності, розроблення маркетингових програм, управління маркетинг-міксом в аграрному бізнесі та прийняття управлінських рішень з урахуванням специфіки аграрного виробництва, конкурентного середовища, сезонності, ризиків та принципів сталого й соціально відповідального розвитку.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1. Сутність, концепції, принципи та процес маркетингового менеджменту в аграрному бізнесі.
Тема 2. Маркетингове середовище та управління ринковими ризиками в аграрному бізнесі.
Тема 3. Маркетингові дослідження та інформаційно-аналітичне забезпечення управлінських рішень в аграрному бізнесі.
Тема 4. Організація та управління маркетинговою діяльністю аграрного підприємства.
Тема 5. Маркетингове планування та формування маркетингової стратегії аграрного підприємства.
Тема 6. Тактичне та оперативне управління маркетинговою діяльністю аграрного підприємства.
Тема 7. Управління комплексом маркетингу в аграрному бізнесі.
Тема 8. Контроль, маркетинговий аудит та оцінювання ефективності маркетингового менеджменту.
Тема 9. Сталий та соціально відповідальний маркетинговий менеджмент в аграрному бізнесі.

МЕТОДИ НАВЧАННЯ І ВИКЛАДАННЯ

1. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності:

- словесні методи: *лекція, розповідь-пояснення; бесіда;*
- наочні методи: *ілюстрування; демонстрування; презентації;*
- практичні методи: *практичні роботи, робота з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анутовання, підготовка реферату/доповіді.*

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, «Мозговий штурм».*
- комп'ютерні і мультимедійні методи: *використання мультимедійних презентацій; навчання з використанням дистанційних технологій.*

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

- методи усного контролю: *опитування, бесіда, доповідь;*
- методи письмового контролю: *письмове виконання практичних завдань, самостійна робота, творчі завдання, розв'язування тестів.*

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>.

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 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	Здобувачі вищої освіти мають право на перезарахування результатів навчання, здобутих у неформальній та інформальній освіті згідно відповідного Положення про порядок визнання результатів навчання, здобутих у неформальній та інформальній освіті, здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету https://surl.li/szdvqi . Здобувачі можуть самостійно на платформах онлайн-освіти, шляхом участі у короткострокових навчальних програмах і проєктах (з видачею сертифіката) опановувати навчальний матеріал, який за змістом дозволяє здобути очікувані навчальні результати дисципліни.
- 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 інституту. 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. Буняк Н. М. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. Луцьк : Волинський національний університет імені Лесі України, 2022. 180 с. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/a77fe260-889c-488f-8631-91b4cea48cd1/content>
2. Дудар В. Управління маркетингом : електронний навч. посібник. Тернопіль: Західноукраїнський національний університет, 2022. 85 с. URL: https://marketing.wunu.edu.ua/wp-content/uploads/Навч.посібник_Упр.маркетингом_2022.pdf
3. Конкурентоспроможність аграрного підприємства : підручник / За заг. редакцією Шуст О.А. Київ : Вид. «Центр учбової літератури», 2024. 536 с.
4. Маркетингова діяльність сільськогосподарських підприємств : монографія / В.В. Липчук, І.Я. Салука, Р.С. Грабовський, Н.В. Липчук. Дрогобич : ТЗОВ «Трек ЛТД», 2024. 145 с. URL: <https://lvet.edu.ua/images/doc/monograph/fem/2024/2/monografiya-marketynhova-diialnist-silskohospodarskykh-pidpriemstv.pdf>
5. Маркетинговий менеджмент : навч. посібник / О. С. Борисенко, А. В. Шевченко, Ю. В. Фісун, О. М. Крапко. К.: НАУ, 2022. 204 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/l_202_60712473.pdf
6. Маркетингові дослідження : навч. посіб. для студентів спец. 075 «Маркетинг» / В.В. Добрянська, О.А. Івасенко, М.Б. Чижевська, А.С. Скрильник. Полтава : Нац. ун-т ім. Ю. Кондратюка, 2024. 218 с. URL: <https://reposit.nupp.edu.ua/media/39134>
7. Маркетингові дослідження: навчальний посібник / Н.О. Мартинович, В.Г. Горник, Е.Б. Бойченко. Київ: «Видавництво Людмила», 2021. 323 с. URL: <https://vstup.htek.com.ua/wp-content/uploads/2025/03/1.3-Martynova.pdf>
8. Шейдик К. А, Савіна О. І., Вантюх О. М. Маркетинг сільськогосподарської продукції. Навчальний посібник. Ужгород, 2023. 102 с. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/b4541b65-13ca-4f83-abdf-dd87677eb08b/content>
9. Шульга Л.В., Терещенко І.О., Бандурка Д. І. Комар В. П., Артеменко О. Ю. Фактори формування конкурентоспроможності підприємств сільськогосподарського машинобудування. *Ефективна*

економіка. №7. 2023. URL: <https://nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/1882/1899>

10. Шульга Л.В., Терещенко І.О., Боровик Т.В., Чухліб О.С. Маркетингові комунікації в системі управління підприємством. *Ефективна економіка*. 2021. №11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9528>

Допоміжні

1. Дядик Т.В., Даниленко В.І., Дикопащенко В.М. Ціни та чинники маркетингової цінової політики в агробізнесі. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. Випуск 4 (31) 2021. С. 58-64. URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/31_2021/11.pdf.

2. Дядик Т.В., Даниленко В.І. Особливості маркетингового ціноутворення при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності в умовах військового стану. *Економічний простір*. Збірник наукових праць. № 181. Дніпро: ПДАБА, 2022. С. 55-60. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2022_181_11.

3. Калюжна Ю.П., Шульга Л.В., Яснолоб І.О. Основи підприємницької та збутової діяльності у біржовій сфері. *Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку»*. Випуск 67. 2022. С. 116-119. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2022/67_2022/23.pdf

4. Писаренко В., Пронько Л., Підвальна О., Ложачевська О., Фастовець Н., Рібейро Рамос О. 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), 2024. 648-664. <https://doi.org/10.55643/fcaptop.6.59.2024.4637>

5. 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>

6. Терещенко І.О., Боровик Т.В., Даниленко В. І., Майборода О.В., Шульга Л.В. Перший посібник з таргетингу : навч. посібник. Полтава : «Астрія», 2023. 128 с.

7. Шульга Л.В., Терещенко І.О., Боровик Т.В., Чухліб О.С. Маркетингові комунікації в системі управління підприємством. *Ефективна економіка*. 2021. №11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9528>

8. Tereshchenko I., Melnykovych O., Boiko O., Zabaldina Y., Mosiiuk S., Mieshkov S. Interactive marketing communications of international creative industry clusters. *Multidisciplinary Reviews*. 8, 2024. 2024spe059. <https://doi.org/10.31893/multirev.2024spe059>

Інформаційні ресурси

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

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

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

4. Офіційний сайт Міністерства інфраструктури України. URL: <http://www.mtu.gov.ua/>;

5. Офіційний сайт Міжнародної торгової палати. URL: <http://www.iccwbo.org/>;

6. Офіційний сайт Європейського Союзу. URL: [http:// www.europa.eu.int](http://www.europa.eu.int).

7. Офіційний сайт. Українська асоціація маркетингу. URL: <https://uam.in.ua/>

8. Офіційний сайт. Всеукраїнська рекламна коаліція. URL: <https://vrk.org.ua>

9. Офіційний сайт. Американська асоціація маркетингу <https://www.ama.org>

Реквізити затвердження

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

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

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни
денна форма здобуття освіти:

Назва теми	Форми контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти*					Разом
	Виконання практ. завдання	Розв'язування тестів	Глосарій	Презентація	Екзамен	
Тема 1. Сутність, концепції, принципи та процес маркетингового менеджменту в аграрному бізнесі	3	2	1			6
Тема 2. Маркетингове середовище та управління ринковими ризиками в аграрному бізнесі	3	2	1			6
Тема 3. Маркетингові дослідження та інформаційно-аналітичне забезпечення управлінських рішень в аграрному бізнесі	6	2	2			10
Тема 4. Організація та управління маркетинговою діяльністю аграрного підприємства	3	2	1			6
Тема 5. Маркетингове планування та формування маркетингової стратегії аграрного підприємства	6	2	2			10
Тема 6. Тактичне та оперативне управління маркетинговою діяльністю аграрного підприємства	3	2	1			6
Тема 7. Управління комплексом маркетингу в аграрному бізнесі	6	2	2			10
Тема 8. Контроль, маркетинговий аудит та оцінювання ефективності маркетингового менеджменту	3	2	1			6
Тема 9. Сталий та соціально відповідальний маркетинговий менеджмент в аграрному бізнесі	3	2	1			6
За будь якою темою на вибір				14		14
Екзамен					20	20
Разом	36	18	12	14	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.

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни
заочна форма здобуття освіти:

Назва теми	Форми контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти					Разом
	Виконання практ. завдання	Розв'язування тестів	Комплексні тести	Індивідуальне завдання контрольна робота	Екзамен	
Тема 1. Сутність, концепції, принципи та процес маркетингового менеджменту в аграрному бізнесі						
Тема 2. Маркетингове середовище та управління ринковими ризиками в аграрному бізнесі						
Тема 3. Маркетингові дослідження та інформаційно-	3	2				5

аналітичне забезпечення управлінських рішень в аграрному бізнесі						
Тема 4. Організація та управління маркетинговою діяльністю аграрного підприємства	3	2				5
Тема 5. Маркетингове планування та формування маркетингової стратегії аграрного підприємства	3	2				5
Тема 6. Тактичне та оперативне управління маркетинговою діяльністю аграрного підприємства						
Тема 7. Управління комплексом маркетингу в аграрному бізнесі						
Тема 8. Контроль, маркетинговий аудит та оцінювання ефективності маркетингового менеджменту	3	2				5
Тема 9. Сталий та соціально відповідальний маркетинговий менеджмент в аграрному бізнесі						
За темами, які повністю на самостійне опрацювання			25			25
Контрольна робота				35		35
Екзамен					20	20
Разом	12	8	25	35	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 практичного завдання

Кількість балів	Критерії оцінювання
3	відповіді/розв'язок правильні, обґрунтовані, осмислені та характеризують наявність спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень, критичне осмислення проблем у навчанні. Відповідь характеризує уміння виявляти та розв'язувати проблему, інтегрувати знання. Компетентності сформовані на високому рівні; програмні результати навчання досягнуті повністю.
1-2	відповіді/розв'язок недостатньо обґрунтована та осмислена, характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності. Компетентності формуються, але на базовому рівні, досягнення результатів навчання часткове.
0	не розкрито зміст навчального матеріалу, що не дає можливості оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів.

Шкала та критерії оцінювання розв'язування тестів

Кількість балів	Критерії оцінювання
0-2	По кожній темі 10 тестових завдань. Бали: від 0-2 (по 0,2 балів за кожну правильну відповідь)

Шкала та критерії оцінювання питань самостійної роботи (глосарій)

Кількість балів	Критерії оцінювання
1	Глосарій складено за максимальною кількістю термінів з теми, що наведені у завданнях з самостійної роботи
0	Глосарій складено за мінімальною кількістю термінів (1 термін) або не виконаний

Шкала та критерії оцінювання підготовки презентації

Кількість балів	Критерії оцінювання
11-14	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.
6-10	наявність незначних недоліків у відповідності теми презентації заявленому результату

	навчання, виконанні презентації та її оформленні.
1-5	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 написання тез доповіді

Кількість балів	Критерії оцінювання
8-10	тези підготовлені на актуальну тему з дисципліни та повністю демонструють засвоєні результати навчання, розроблені відповідно до вимог редакції, подані до друку та мають високий рівень оригінальності (більше 80%).
5-7	тези підготовлені на актуальну тему з дисципліни, демонструють засвоєні результати навчання, розроблені відповідно до вимог редакції, проте потребують суттєвого доопрацювання
1-4	тези виконані частково з навчальної дисципліною, мають низький рівень оригінальності (менше 60%)
0	не розкрито зміст навчального матеріалу, що не дає можливості оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів.

Шкала та критерії оцінювання виконання контрольної роботи для заочної форми навчання

Кількість балів	Критерії оцінювання
20-35	Здобувач вищої освіти виявив високий рівень формування компетентностей та досягнення програмних результатів навчання; питання розкриті у повному обсязі, присутній аналіз, самостійне бачення та наведені практичні приклади, оформлення відповідає вимогам; здана к.р. вчасно.
24-29	Здобувач вищої освіти виявив достатній рівень формування компетентностей та досягнення програмних результатів навчання; в цілому вірно викладена сутність питань, але без наведення прикладів, додаткової інформації; оформлення відповідає вимогам; здана к.р. вчасно
18-23	Здобувач вищої освіти виявив середній рівень формування компетентностей та досягнення програмних результатів навчання; у змісті відповіді на завдання, спостерігаються помилкові судження, недостатньо повна інформація, відсутній самостійний аналіз, приклади; оформлення повністю / неповністю відповідає вимогам.
12-17	Здобувач вищої освіти виявив задовільний рівень формування компетентностей та досягнення програмних результатів навчання; у відповідях спостерігаються значні помилки, але здобувач орієнтується у сутності, змісті питань; оформлення повністю / неповністю відповідає вимогам.
6-11	Здобувач вищої освіти виявив низький рівень формування компетентностей та досягнення програмних результатів навчання; завдання виконані на слабкому рівні, або допущені грубі помилки у виконанні; оформлення повністю / неповністю відповідає вимогам.
0-5	Здобувач завдання не виконав, або виконав з великою кількістю помилок; оформлення не відповідає вимогам, що не дає можливість оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів навчання.

Шкала та критерії оцінювання екзамену*

Вид завдання	Шкала оцінювання, балів	Вимоги до знань та умінь здобувачів вищої освіти
Теоретичне питання	4-5	Відповіді правильні, обґрунтовані, осмислені та характеризують наявність спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень, критичне осмислення проблем, вдало наводить приклади. Здобувач показує відмінні знання з визначених результатів навчання по дисципліні.
	2-3	Свідоме відтворення матеріалу з незначними помилками; дещо порушено логічність та послідовність викладу; достатньо проявляється самостійність мислення. Відповідь стилістично правильна, містить незначні граматичні помилки.
	1	У загальній формі розбирається в матеріалі, допускає суттєві помилки при висвітленні матеріалу, формулюванні понять, не може навести приклади.
	0	Відсутність відповіді на теоретичне питання, що не дає можливість оцінити формування компетентностей та отримання програмних результатів навчання у здобувача вищої освіти.
Розв'язання тестів	0-5	У кожному білеті 5 тестових завдань. За кожну правильну відповідь 1 бал.
Професійно-орієнтоване (завдання)	9-10	Завдання виконане в повному обсязі, послідовність розрахунку описана стилістично та граматично правильно з використанням професійних термінів, здобувач вищої освіти показує здатність використовувати професійні

		компетентності при виконанні практичних завдань та демонструє високий рівень формування компетентностей і досягнення результатів навчання.
	7-8	Загалом вірно виконане завдання, але без належного оформлення висновків; здобувач загалом відповідає на уточнюючі запитання. Загалом, здобувач демонструє достатній рівень формування компетентностей і досягнення результатів навчання.
	4-6	У змісті відповідей при вирішенні завдання, спостерігаються помилки / рішення не повне, здобувачеві складно інтерпретувати отримані результати, але загалом він орієнтується в сутності завдання; відповіді на запитання є неповними / загальними. Загалом, здобувач демонструє середній рівень формування компетентностей і досягнення результатів навчання.
	1-3	У відповіді спостерігаються значні помилки, здобувач слабо орієнтується у сутності завдання, змісті додаткових питань / відповідь не повна / не може відповісти на них. Загалом, здобувач демонструє задовільний рівень формування компетентностей і досягнення результатів навчання.
	0	Здобувач не орієнтується у змісті завдання, допускає суттєві помилки, які унеможливають отримання вірної відповіді; не може дати відповіді на додаткові запитання, що не дає можливість оцінити формування компетентностей і досягнення результатів навчання.
Усього	20 балів	Максимальна кількість балів: 5 балів – теоретичне питання; 5-балів – розв’язання тестів; 10 балів – виконання завдання.

*екзамен складається з 1 теоретичного питання, 5 тестових завдань та 1 професійно-орієнтованого завдання.