

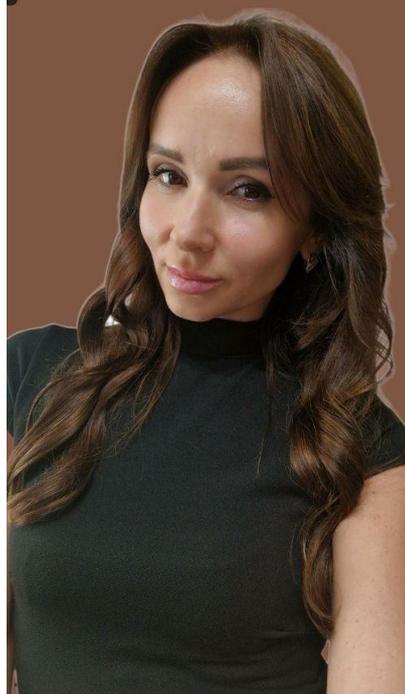
СИЛАБУС
навчальної дисципліни
«БІЗНЕС В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ»

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО НАВЧАЛЬНУ ДИСЦИПЛІНУ

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський) рівень другий (магістерський) рівень спеціальність Нб Ветеринарна медицина
Код і найменування спеціальності	Всі спеціальності, окрім D5 Маркетинг
Тип і назва освітньої програми	Вибіркова міжфакультетська навчальна дисципліна
Курс, семестр	2 курс, 3 семестр.
Обсяг і форма семестрового контролю з навчальної дисципліни	Кількість кредитів ЄКТС – 3,0. Загальна кількість годин – 90 год., із яких: <i>Денна форма здобуття освіти:</i> лекцій – 16 год., практичних занять – 14 год. <i>Заочна форма здобуття освіти:</i> лекцій – 2 год., практичних занять – 2 год. Форма семестрового контролю – залік
Мова(и) викладання	Державна
ННІ кафедра	Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій Кафедра маркетингу
Контактні дані розробника(ів)	Викладачка: Решетнікова Ольга Валеріївна , к.е.н., доцент кафедри маркетингу Контакти: ауд. 472 (ПДАУ, навчальний корпус № 4) e-mail: olha.reshetnikova@pdau.edu.ua Сторінка викладача: https://www.pdau.edu.ua/people/reshetnikova-olga-valeriyivna-0

@ marketing_poltava

Кафедра маркетингу ПДАУ



ДИСЦИПЛІНА

Бізнес в соціальних
мережах



Решетнікова
Ольга Валеріївна

МІСЦЕ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ В ОСВІТНІЙ ПРОГРАМІ

Статус навчальної дисципліни	Вибіркова навчальна дисципліна
Передумови для вивчення навчальної дисципліни	Відсутні
Компетентності	<i>Загальні:</i> ЗК 1. Вміння використовувати сучасні інформаційно-комунікаційні технології. ЗК 7. Здатність до адаптації, творчості, генерування ідей та дій у новій ситуації, формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички. ЗК 18. Уміння розв'язувати поставлені задачі та приймати відповідні обґрунтовані рішення.
Результати навчання	РН 3. Виявляти навички самостійної і командної роботи, гнучкого, креативного та критичного мислення, відкритості до нових знань у дослідницькій діяльності та професійному спілкуванні.

РОЛЬ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ У ФОРМУВАННІ СОЦІАЛЬНИХ НАВИЧОК (SOFT SKILLS)

Вивчення навчальної дисципліни забезпечує формування таких соціальних навичок (soft skills), притаманних сучасному фахівцю: ефективна комунікація, креативність, аналітичне мислення та здатність працювати в команді. Здобувачі вищої освіти вчать взаємодіяти з різними аудиторіями через цифрові канали, розуміють важливість побудови та підтримки ділових відносин, а також формують навички роботи з соціальними медіа для досягнення бізнес-цілей, що критично для сучасного ринку праці. Формуванню навичок soft skills сприяють сучасні методи й прийоми навчання, де ведеться робота в команді, що мотивує здобувачів вищої освіти до ініціативності, креативності, самоорганізації, виховання потреби систематичного оновлення своїх знань для їх практичного застосування, формування умінь організаторської діяльності. Соціальні навички формуються також і під час проведення студентських наукових конференцій, участі у громадських заходах, круглих столах тощо.

МЕТА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

надання здобувачам вищої освіти сучасної системи поглядів та спеціальних знань у галузі маркетингової комунікації бізнесу в соціальних мережах, набуття практичних навичок щодо планування та просування товарів, робіт і послуг у соціальних мережах, з урахуванням задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності бізнесу.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

- Тема 1. Соціальні мережі як бізнес-майданчик
- Тема 2. Визначення стратегії маркетингу в соціальних мережах
- Тема 3. Моніторинг соціальних мереж
- Тема 4. Створення контенту для соціальних мереж
- Тема 5. Копірайтинг у соціальних мережах: стилі, правила та інструменти
- Тема 6. Створення сильного бізнес-бренду у соціальних мережах
- Тема 7. Інструменти активності користувачів у соціальних мережах
- Тема 8. Оцінка ефективності просування товарів, робіт, послуг у соціальних мережах

МЕТОДИ НАВЧАННЯ І ВИКЛАДАННЯ

1. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності:

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

наочні методи: *ілюстрування; демонстрування;*

практичні методи: *вправи; практичні роботи; робота з навчально-методичною літературою; конспектування, тезування, анотування, підготовка доповіді;*

2. Методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності

методи формування пізнавальних інтересів: *метод відповідей на запитання і опитування думок здобувачів вищої освіти;*

3. Інноваційні та інтерактивні методи навчання:

інтерактивні методи: *дискусії, проектування професійних ситуацій, розроблення і презентація проєктів, «Мозковий штурм».*

комп'ютерні і мультимедійні методи: *використання мультимедійних презентаці, дистанційне навчання, ведення блогу та сторінки в соціальних мережах.*

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

методи усного контролю: *опитування, бесіда, доповідь;*

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

методи самоконтролю: *самостійний пошук помилок, самооцінювання, 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>.

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

	<p>суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації.</p> <p>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.</p>
<p>- щодо відвідування занять</p>	<p>Відвідування здобувачами вищої освіти всіх видів навчальних занять є обов'язковим.</p> <p>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.</p>
<p>- щодо зарахування результатів неформальної / інформальної освіти</p>	<p>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) опанувати навчальний матеріал, який за змістом дозволяє здобути очікувані навчальні результати дисципліни.</p>
<p>- щодо оскарження результатів оцінювання</p>	<p>Після оголошення результатів поточного або семестрового контролю здобувач освіти має право звернутися до викладача з проханням надати роз'яснення щодо отриманої оцінки.</p> <p>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 навчально-наукового 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.</p>

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основні

1. Виноградова О. В., Недопако Н.М. Маркетинг у соціальних мережах. Навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2022. 202 с.
2. Грехов А. М. Електронний бізнес (Е-комерція) [Текст] : навч. посіб. ; Нац. авіац. ун-т, Ін-т

післядиплом. навчання, Бізнес-школа НАУ. Київ : Кондор, 2022. 301 с.

3. Дrajниця С. А. Електронна комерція [Текст] : навч. посіб. Львів : Новий Світ-2000, 2023. 181 с.
4. Малтиз В.В. Маркетинг комунікацій і соціальних мереж : навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра всіх спеціальностей. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2024. с.120
5. Лядський І.К., Решетнікова О.В., Писаренко В.В. Поєднання соціального інтелекту копірайтера та можливостей нейромереж для підвищення ефективності бізнесу в соціальних мережах. Економічний простір. 2024. № 196. С. 50-54. DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.196.50-54>
6. Мостова А. Оцінювання ефективності просування бізнесу в соціальних мережах. Економіка та суспільство, 43, 2022. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-27>
7. Решетнікова О., Боровик Т., Сенько І. (2024) Маркетинг в соціальних мережах як інструмент просування бренду та підвищення обсягів збуту. Економіка та суспільство, (65). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-65-128>
8. Робота із соціальними мережами. Посібник з питань використання соціальних мереж, розроблений Департаментом преси і публічної інформації Консультативної місії ЄС в Україні. Київ : EUAM Ukraine, 2020. 47 с.
9. Шевчук І. Б. Бізнес у соціальних мережах: навч. посіб. Львів: Видавництво ННБК «АТБ», 2021. 219 с.

Допоміжні

1. Белянська О., Огерчук, Ю. Соціальні мережі та бізнес: значимість, переваги та проблеми. Економіка та суспільство, 32, 2021 <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-32-70>
2. Бойко Л.О., Колінько А.Д. Соціальні мережі для бізнесу: яку платформу обрати. Підприємництво і торгівля: тенденції розвитку: матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції (20-21 травня 2021 року). – Одеса: Державний університет «Одеська політехніка», 2021. С.28-31.
3. Бородулін Б.О., Решетнікова О.В. Ефективність використання соціальних мереж у маркетинговій комунікації підприємств. Менеджмент та маркетинг як фактори розвитку бізнесу : матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції 23-24 квітня 2025 р. [Електронне видання] у 2 т. / відп. ред. та упоряд. В. В. Храпкіна, К. В. Пічик – Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2025. Т.2. С. 190-192. URL: <https://drive.google.com/drive/folders/1V-RwIVv-AsbaU0eDd9e2osFxFgLIQSvY>
4. Карпенко Н. Маркетингова діяльність підприємств. Сучасний зміст : монографія. Київ : Центр навчальної літератури. 2019. 252 с.
5. Козіцька Н. Інтернет-технології як засіб просування бізнесу. The XXI International Scientific and Practical Conference «Informational, modern and recent theories of development», May 29–31, 2023, Madrid, Spain. 353 p..
6. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу : підручник. Київ : Діалектика, 2020. 880 с.
7. Лядський І.К., Сенько І.М., Решетнікова О.В. (2025) Вплив соціального інтелекту на ефективність рекламних комунікацій у соціальних медіа. Економічний простір. № 197. С. 63-67. <https://doi.org/10.30838/EP.197.63-67>
8. Огренич Ю.О., Пилипенко А.О. Роль соціальних мереж у стимулюванні збуту та просуванні бізнесу. The XI International Scientific and Practical Conference «Implementation of modern scientific opinions in practice», March 20–21, Bilbao, Spain. 267 p.
9. Тимченко Ю., Ковальова Т. Використання соціальних мереж як інструменту культурної комунікації в міжнародному бізнесі. Наукові перспективи (Naukovi perspektivi), 4 (34), 2023.
10. Решетніова О., Даниленко В., Дорош-Кізим М.М. Аналіз цифрової поведінки споживачів в умовах розвитку електронної торгівлі. Економічний простір. 2025. Вип. 203. С. 223-229. DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.203.223-229>.
11. Решетніова О.В., Дядик Т.В., Даниленко В.І. Креативний контент у соціальних мережах як стратегія брендингу. Економічний простір. 2025. Вип. 201. С. 137-143. DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.201.138-143>
12. Решетнікова О.В. Вплив соціальних медіа на стратегію маркетингу. Маркетинг в умовах діджиталізації економіки країни: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. Полтава : ПУЕТ, 2023. С. 130-131. URL: <https://bit.ly/478R6WG>
13. Решетнікова О.В. Поведінка споживачів в епоху цифрових технологій: тенденції та наслідки.

Матеріали наукової конференції професорсько-викладацького складу Полтавського державного аграрного університету за підсумками науковопрактичних досліджень в 2023 році (м. Полтава, 14-15 травня 2024 року). Полтава: РВВ ПДАУ, 2024. С. 72-73. <http://surl.li/houwrv>

14. Решетнікова О.В. Соціальні мережі як інструмент розвитку брендів в агробізнесі. Стратегічний менеджмент агропродовольчої сфери в умовах глобалізації економіки: безпека, інновації, лідерство: матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф., Полтава : ПДАУ, 2024. Том 2. С. 292–293. <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/14465/zbirnyk270924tom2sekciji5-8.pdf>

15. Решетнікова О.В. Генеративний контент як інструмент маркетингу в соціальних мережах. Менеджмент та маркетинг як фактори розвитку бізнесу : матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції 23-24 квітня 2025 р. [Електронне видання] у 2 т. / відп. ред. та упоряд. В. В. Храпкіна, К. В. Пічик – Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2025. Т.2. С. 236-238. URL: <https://drive.google.com/drive/folders/1V-RwIVv-AsbaU0eDd9e2osFxFgLIQSVY>

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

17. Reshetnikova O., Dyczkowska J. Social media as a communication tool for logistics companies. Маркетингове забезпечення продуктового ринку. Збірник тез XVII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Полтава, 14 травня 2025 року). Полтава: ПДАУ. 2025. С. 15-18. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/18799/zbirnykmarketyngovезabezpechennyaproduktovogorynku2025compressed.pdf>

Інформаційні ресурси

1. Аналітичний медіапортал про ринок реклами, маркетингу, PR в Україні. URL: <https://sostav.ua/>
2. Академія Інтернет-Маркетингу #1. URL: <https://webpromoeexperts.net/ua/>.
3. Агентство PERFORMANCE маркетингу. URL: <https://roman.ua/>
4. YoungSoul Сайт з душою. URL: <https://youngsoul.co.ua/>
5. Google Аналітика. URL: <https://youngsoul.co.ua/>
6. Онлайн-платформа автоматизації маркетингу. URL: <https://www.marketo.com>
7. Огляд методів аналітики в Instagram: метрики, інструменти, поради URL: <https://www.bizmaster.xyz/2019/03/oglyad-metodiv-analytyky-v-instagram-metryky-instrumenty-porady.html>

**Реквізити
затвердження**

Затверджено на засіданні кафедри маркетингу, протокол від 01 вересня 2025 р. № 1

Додаток до силабусу
Схема нарахування балів з навчальної дисципліни для денної форми

Назва теми	Форми контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти				Разом
	Виконання практичних завдань	Розв'язування тестів	Виконання завдань самостійної роботи	Презентація	
Тема 1. Соціальні мережі як бізнес-майданчик	4	2	4		10
Тема 2. Визначення стратегії маркетингу в соціальних мережах	4	2	4		10
Тема 3. Моніторинг соціальних мереж	4	2	4		10
Тема 4. Створення контенту для соціальних мереж	4	2	4		10
Тема 5. Копірайтинг у соціальних мережах: стилі, правила та інструменти	-	-	5		5
Тема 6. Створення сильного бізнес-бренду у соціальних мережах	4	2	4		10
Тема 7. Інструменти активності користувачів у соціальних мережах	4	2	4		10
Тема 8. Оцінка ефективності просування товарів, робіт, послуг у соціальних мережах	4	2	4		10
За будь якою темою на вибір				25	25
Разом	28	14	32	25	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.

Шкала та критерії оцінювання виконання практичних завдань

Кількість балів	Критерій оцінювання
4	Здобувач вищої освіти правильно виконав практичне завдання, вміє пояснити методику розв'язання та зміст застосовуваного понятійного апарату і формул. Вміє аргументувати свої думки. Що дає змогу оцінити формування компетентностей і досягнення результатів навчання на високому рівні
3	Здобувач вищої освіти частково виконав практичне завдання, але не спромігся аргументувати свою відповідь, помилився у використанні понятійного апарату та методики розв'язання задачі. Що дає змогу оцінити формування компетентностей і досягнення результатів навчання на середньому рівні
2	Здобувач вищої освіти частково виконав практичне завдання, але не спромігся аргументувати свою відповідь, припустився грубих помилок у використанні понятійного апарату та методики розв'язання задачі. Що дає змогу оцінити формування компетентностей і досягнення результатів навчання на достатньому рівні
0-1	Здобувач вищої освіти неправильно виконав практичне завдання, показав незадовільне знання понятійного апарату, або взагалі нічого не відповів. Що не дає можливість оцінити формування компетентностей і досягнення результатів навчання

Шкала та критерії оцінювання розв'язування тестів

Кількість балів	Критерій оцінювання
2	90-100 % правильних відповідей. Що дає змогу оцінити формування компетентностей і досягнення результатів навчання на високому рівні
1	75 % правильних відповідей, допускаються виправлення. Що дає змогу оцінити формування компетентностей і досягнення результатів навчання на достатньому рівні
0	менше 70 % правильних відповідей, при вирішенні тестів багато виправлень. Що не дає можливість оцінити формування компетентностей і досягнення результатів навчання

Шкала та критерії оцінювання самостійної роботи

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
3-4	Вірно розкриті питання самостійної роботи; ЗВО демонструє розуміння сутності матеріалу, логічність та самостійність у його викладі; аргументовано обґрунтовує свою думку; відповідь містить обґрунтовані висновки.
0-2	ЗВО демонструє поверхневі знання і розуміння основних положень питання; наявні суттєві помилки; висновки неповні.

Шкала та критерії оцінювання підготовки презентації

Кількість балів	Критерій оцінювання
17-25	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. Що дає змогу оцінити формування компетентностей і досягнення результатів навчання на високому рівні
9-16	Наявність незначних недоліків у відповідності теми презентації заявленому результату навчання, виконанні презентації та її оформленні. Що дає змогу оцінити формування компетентностей і досягнення результатів навчання на середньому рівні
0-8	Наявність суттєвих недоліків або ж повній невідповідності теми презентації результату навчання, вимогам щодо обсягу, оформлення та викладу змісту презентації. Що не дає можливість оцінити формування компетентностей і досягнення результатів навчання

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни для заочної форми

Назва теми	Форми контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти			Разом
	Виконання практичних завдань	Розв'язування тестів	Виконання завдань самостійної роботи (контрольна робота)	
Тема 1. Соціальні мережі як бізнес-майданчик				
Тема 2. Визначення стратегії маркетингу в соціальних мережах				
Тема 3. Моніторинг соціальних мереж				
Тема 4. Створення контенту для соціальних мереж	20	20		40
Тема 5. Копірайтинг у соціальних мережах: стилі, правила та інструменти				
Тема 6. Створення сильного бізнес-бренду у соціальних мережах				
Тема 7. Інструменти активності користувачів у соціальних мережах				
Тема 8. Оцінка ефективності просування товарів, робіт, послуг у соціальних мережах				
Згідно обраного варіанту			60	60
Разом	20	20	60	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.

Шкала та критерії оцінювання виконання практичних завдань для заочної форми

Кількість балів	Критерій оцінювання
16-20	Здобувач вищої освіти правильно виконав практичне завдання, вміє пояснити методику розв'язання та зміст застосовуваного понятійного апарату і формул. Вміє аргументувати свої думки. Що дає змогу оцінити формування компетентностей і досягнення результатів навчання на високому рівні
11-15	Здобувач вищої освіти частково виконав практичне завдання, але не спромігся аргументувати свою відповідь, помилився у використанні понятійного апарату та методики розв'язання задачі. Що дає змогу оцінити формування компетентностей і досягнення результатів навчання на середньому рівні

Кількість балів	Критерій оцінювання
6-10	Здобувач вищої освіти частково виконав практичне завдання, але не спромігся аргументувати свою відповідь, припустився грубих помилок у використанні понятійного апарату та методики розв'язання задачі. Що дає змогу оцінити формування компетентностей і досягнення результатів навчання на достатньому рівні
0-5	Здобувач вищої освіти неправильно виконав практичне завдання, показав незадовільне знання понятійного апарату, або взагалі нічого не відповів. Що не дає можливість оцінити формування компетентностей і досягнення результатів навчання

Шкала та критерії оцінювання розв'язування тестів для заочної форми

Кількість балів	Критерій оцінювання
15-20	90-100 % правильних відповідей. Що дає змогу оцінити формування компетентностей і досягнення результатів навчання на високому рівні
8-14	75 % правильних відповідей, допускаються виправлення. Що дає змогу оцінити формування компетентностей і досягнення результатів навчання на достатньому рівні
0-7	менше 70 % правильних відповідей, при вирішенні тестів багато виправлень. Що не дає можливість оцінити формування компетентностей і досягнення результатів навчання

Шкала та критерії оцінювання самостійної роботи (контрольної роботи) для заочної форми

Кількість балів	Критерій оцінювання
40 балів	Контрольна робота виконана у повному обсязі, питання викладені логічно та послідовно, розкрито сутність основних питань, оформлена згідно вимог;
30 бали	Контрольна робота виконана у повному обсязі, допущені суттєві помилки в оформленні;
20 бали	Контрольна робота виконана у не в повному обсязі, не розкрито зміст основних питань;;
10 балів	Контрольна робота виконана не в повному обсязі, допущені помилки в оформленні, не розкрито суть основних питань;
0 балів	Контрольна робота не виконана.