

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

«МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА РОЗПОДІЛУ»

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	2 курс, 3 семестр
Обсяг і форма семестрового контролю з навчальної дисципліни	Кількість кредитів ЄКТС – 4, Загальна кількість годин – 120, із яких: лекцій – 14 год., практичних занять – 18 год. Форма семестрового контролю – залік
Мова(и) викладання	державна
Навчально-науковий інститут кафедра	Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій, кафедра маркетингу
Контактні дані розробника(ів)	Майборода Олена Вікторівна , доцент кафедри маркетингу, к.е.н., Контакти: ауд. 472 (ПДАУ, навчальний корпус № 4) e-mail: olena.mayboroda@pdau.edu.ua Сторінка викладачки: https://www.pdau.edu.ua/people/mayboroda-olena-viktorivna

МІСЦЕ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ В ОСВІТНІЙ ПРОГРАМІ

Статус навчальної дисципліни	Вибіркова фахова навчальна дисципліна
Передумови для вивчення навчальної дисципліни	Передумовою для вивчення навчальної дисципліни є досягнуті результати навчально-пізнавальної діяльності при формуванні відповідних компетентностей при вивченні дисциплін: «Логістичний менеджмент», «Маркетинговий аналіз», «Стратегічний маркетинг».
Компетентності	загальні: ЗК 1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК 4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. спеціальні (фахові): ФК 6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. ФК 8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.
Програмні результати навчання	ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.

РОЛЬ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ У ФОРМУВАННІ СОЦІАЛЬНИХ НАВИЧОК (SOFT SKILLS)

Під час вивчення навчальної дисципліни у здобувачів вищої освіти магістерського рівня формуються та розвиваються наступні м'які навички: критичне мислення та аналітичні здібності (здатність аналізувати складні багаторівневі канали розподілу, оцінювати ефективність посередників, виявляти «вузькі місця» в логістичних ланцюгах та знаходити оптимальні стратегічні рішення щодо структури збуту; аргументоване обґрунтування вибору моделі дистрибуції в умовах невизначеності ринку); комунікативні навички та ведення переговорів (розвиток фахової риторики, вміння переконувати та аргументувати свою позицію під час захисту стратегій розподілу, здатність вести конструктивний діалог та моделювати ситуації переговорів з партнерами/постачальниками/ритейлерами); навички публічних виступів та самопрезентації (підготовка та представлення стратегічних презентацій щодо оптимізації збутової мережі, структуроване донесення складної аналітичної інформації до аудиторії з використанням візуальних інструментів та дотриманням регламенту); навички командної роботи та міжфункціональної взаємодії (конструктивна співпраця під час розробки комплексних кейсів з

побудови збутової політики, де необхідно узгоджувати інтереси маркетингу, логістики та фінансів; вирішення практичних завдань у складі проектних груп); управління часом та самодисципліна (дотримання дедлайнів при підготовці аналітичних звітів та стратегій розподілу, ефективний розподіл ресурсів часу під час проходження тестових завдань та виконання групових проектів); стресостійкість та адаптивність (здатність приймати рішення в умовах обмеженого часу (симуляція кризових ситуацій у ланцюгах постачання), готовність сприймати критичний зворотний зв'язок від викладача та колег щодо неефективності обраної стратегії та коригувати власну діяльність); безконфліктність та врегулювання суперечностей (вміння знаходити компроміси між учасниками каналу розподілу, вирішувати конфлікти інтересів між виробником та дистриб'ютором у процесі реалізації проектів, здатність до медіації в команді); креативність та інноваційність (генерація нових ідей щодо впровадження омніканальних стратегій, пошук нестандартних рішень для виходу на нові ринки збуту та оптимізації товароруку).

МЕТА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Формування та оволодіння студентами теоретичними знаннями з питань маркетингової політики розподілу та набуття практичних вмінь і навичок щодо методів дослідження, створення і функціонування каналів розподілу, форм і методів роботи посередників у каналах, вибору ефективних каналів розподілу й ведення політики розподілення в умовах конкуренції.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1. Сутність і значення маркетингової політики розподілу.

Тема 2. Канали розподілу та їхня характеристика.

Тема 3. Управління каналами розподілу.

Тема 4. Гуртова торгівля в каналах розподілу.

Тема 5. Роздрібна торгівля в системі каналів розподілу.

Тема 6. Вибір маркетингової політики і каналів розподілу.

Тема 7. Вибір оптимального каналу розподілу.

Тема 8. Конкуренція в каналах розподілу.

Тема 9. Управління товарним рухом в агробізнесі.

Тема 10. Маркетингова логістика.

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, 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, «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, доповідь;*

методи письмового контролю: *самостійна робота, творче завдання, розв'язування тестів.*

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

Усі завдання, передбачені робочою програмою навчальної дисципліни та іншим навчально-методичним забезпеченням дисципліни, мають бути виконані у встановлені терміни. Здобувач

	вищої освіти зобов'язаний дотримуватись крайніх термінів до яких має бути виконано завдання. Оцінки, отримані здобувачем вищої освіти, вносяться викладачем в електронний журнал АСУ ПДАУ. У разі невиконання здобувачем вищої освіти завдань виставляється оцінка «0» балів. Здобувач вищої освіти має право підвищити результати поточного контролю шляхом виконання відповідних завдань до початку семестрового контролю. Здобувач вищої освіти, який одержав під час семестрового контролю незадовільну оцінку F, має право повторно опанувати навчальну дисципліну. Терміни виконання та перескладання регламентуються в університеті Положенням про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти в Полтавському державному аграрному університеті https://surl.li/xqbsxh та Положенням про організацію освітнього процесу в Полтавському державному аграрному університеті https://surl.li/uanmuq.
- 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, використані методики досліджень і джерела інформації. Документи, що стосуються академічної доброчесності, представлені на вкладці «Академічна доброчесність» Полтавського державного аграрного університету: https://surl.li/edobij.
- щодо використання інструментів штучного інтелекту	Використання систем штучного інтелекту під час вивчення навчальної дисципліни здійснюється відповідно до Правил використання систем штучного інтелекту в освітньому процесі Полтавського державного аграрного університету https://surl.li/pgclra. Інструменти ШІ можуть використовуватися здобувачами вищої освіти як допоміжний засіб для пошуку та структурування інформації і джерел, генерування ідей, перевірки граматики та орфографії власного тексту, формування структури роботи, візуалізації інформації для підготовки презентації чи іншого виду роботи, перекладу іншомовних матеріалів. У разі використання систем штучного інтелекту здобувач вищої освіти зобов'язаний зазначити факт їх використання із вказанням назви ШІ-системи та мети її застосування, критично перевірити отриману інформацію та достовірність використаних джерел. Використання будь-яких систем штучного інтелекту під час проходження форм контролю не допускається. Не допускається використання інструментів ШІ для повного виконання певного виду навчальної роботи, подання згенерованих ШІ результатів як власного результату навчальної діяльності без зазначення факту їх використання, створення або подання недостовірної, сфабрикованої чи фальсифікованої інформації, генерування неіснуючих джерел, посилань або інших даних. Здобувач несе відповідальність за зміст, достовірність і результати поданої роботи. Порушення встановленого режиму використання систем штучного інтелекту розглядається відповідно до вимог академічної доброчесності та нормативних документів Університету.
- щодо відвідування занять	Здобувачі вищої освіти зобов'язані бути присутніми на заняттях і не пропускати їх без поважної причини. У разі пропуску занять

	здобувач вищої освіти несе відповідальність за самостійне опрацювання навчального матеріалу та виконання передбачених робочою програмою і силабусом завдань, на засадах академічної доброчесності. Інформацію про результати виконання передбачених завдань здобувач щотижня подає викладачеві засобами електронної пошти або через систему дистанційного навчання LMS Moodle.
- 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 вищої освіти можуть на платформах онлайн-освіти опановувати навчальний матеріал, який за змістом дозволяє здобути очікувані результати навчальної дисципліни. Визнання та перезарахування результатів навчання за частиною освітнього компонента, може здійснюватися впродовж семестру, в якому опановується освітній компонент, проте не пізніше ніж за місяць до встановленої дати семестрового контролю.
- щодо оскарження результатів оцінювання	Порядок оскарження результатів оцінювання здобувачів вищої освіти регламентується Положенням про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти в Полтавському державному аграрному університеті https://surl.li/xqbsxh . Результат оцінювання може бути оскаржений не пізніше наступного робочого дня після його оголошення. 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. Для оскарження результату оцінювання здобувач вищої освіти звертається з письмовою заявою до директора ННІ. Заяву щодо оскарження результатів оцінювання розглядає апеляційна комісія, сформована розпорядженням директора навчально-наукового інституту. Результатом розгляду апеляції є прийняття комісією рішення, що попередня оцінка знань здобувача вищої освіти відповідає рівню досягнення результатів навчання з відповідного освітнього компонента і не змінюється або рішення, що попередня оцінка знань здобувача не відповідає рівню досягнення результатів навчання здобувача з відповідного освітнього компонента, здобувач заслуговує іншої оцінки.

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основні

1. Маркетингова політика розподілу: навчальний посібник для самостійної роботи та практичних занять / уклад. О. А. Юрченко. Київ: КПП ім. Ігоря Сікорського, 2023. 92 с. URL: <https://ela.kpi.ua/items/7832f486-57d5-4169-b314-14017d1a64d1>
2. Косар Н.С., Питуляк Н.С. Маркетингова політика розподілу: підручник. Львів: Видавець ФОП Марченко Т. В. (Видавництво «Магнолія 2006»), 2024. 294 с. URL: magnolia.lviv.ua.
3. Іванечко Н. Маркетинг: навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 180 с.
4. Ковальчук С. В., Карпенко В. Л. , Фесенко Т. С. Маркетингова товарна політика: навчальний посібник. Новий світ – 2000, 2020. 174 с.
5. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу : підручник. Київ: Діалектика, 2020. 880 с.
6. Олексенко Л.В. Маркетингова політика розподілу: Навчальний посібник. К.: Видавництво Ліра-К, 2020. 468 с.
7. Окландер М., Кірносорова М. Маркетингова товарна політика: підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 248 с.
8. Олініченко К.С., Прядко О.М. Маркетингова політика розподілу: навч. посібник для самот.

вивчення. Х.: Видавництво Іванченка І.С., 2020. 84 с.

9. Маркетинговий менеджмент: навч. посібник. О. С. Борисенко, А. В. Шевченко, Ю. В. Фісун, О. М. Крапко. К.: НАУ, 2022. 204 с.

Допоміжні

1. Боровик Т.В., Майборода О.В., Решетнікова О.В. Удосконалення збутової політики підприємств на основі взаємодії маркетингу та логістики. Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Економічні науки. № 3 (70) (2023). С.46-51.
[URL:http://journals.maup.com.ua/index.php/economics/article/view/2634/3096](http://journals.maup.com.ua/index.php/economics/article/view/2634/3096)
2. Варченко О.М., Герасименко І.О., Дмитрик О.В., Вернюк Н.О. Особливості формування маркетингових каналів розподілу сільськогосподарської продукції особистого селянського господарства (ОСГ). Економіка та управління АПК. 2021. № 1. С. 198–212.
3. Васильківський Д., Шевчук А. Концепція бізнес-співпраці у формуванні логістичних каналів розподілу. Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. 2020. Вип. 25. с. 5-12.
4. Розумей С. Формування ефективної маркетингової політики розподілу продукції підприємств. Економіка та суспільство. 2023. № 48.
[URL:https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2233/2156](https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2233/2156)
5. Dyczkowska, J. A., Reshetnikova, O., Borovyk, T., Maiboroda, O., & Tereshchenko, I. (2023). Problems of marketing logistics and infrastructure in Ukraine under martial law: ways to solve them in the context of European integration. Journal of Innovations and Sustainability, 7(4), 01.
[URL:https://isjournal.com/is/article/view/217](https://isjournal.com/is/article/view/217)
6. Svitlana Sytniakivska, Nataliia Seiko, Nadiia Pavlyk, Tetiana Borovyk, Nadiia Yurkiv, Serhii Tereshchenko, Ilona Rozhko (2022). Methods of evaluation of the latest educational technologies: Marketing aspect. Journal of Hygienic Engineering and Design, Vol. 41, pp. 363-374
[URL:http://eprints.zu.edu.ua/36408/1/1679922410842176.pdf](http://eprints.zu.edu.ua/36408/1/1679922410842176.pdf)
7. Samoilyk Iuliia, Borovyk Tatiana, Danylenko Viktoria, Diadyk Tetiana The econatural, economic and marketing potential of the organic production development in the world. Security of the XXI century: national and geopolitical aspects. Issue 3: collective monograph / in edition I. Markina. Nemoros s.r.o., 2021. URL: <https://dspace.pdau.edu.ua/items/34f45d73-778f-4029-af07-78f818fd8398>
8. Iuliia Samoilyk, Tatiana Borovyk, Viktoria Danylenko. The agri-food market conjuncture under the economic globalization conditional: economic, marketing, environmental components. Management of the 21st century: globalization challenges. Issue 3. Collective monograph. Nemoros s.r.o. Prague, 2020. P.101-108 [URL:http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/8439](http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/8439)
9. Боровик Т.В., Решетнікова О.В., Сімон А.О. Фактори розвитку конкурентоспроможності підприємства. Економічний простір: Збірник наукових праць № 159, Дніпро: ПДАБА, 2020. С.107-111. [URL:http://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/630](http://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/630)
10. Маркетингова політика розподілу: Методичні вказівки до виконання розрахункових робіт навчально-методичний комплекс: навч. посіб. для студентів спеціальності 075 «Маркетинг», освітня програма «Маркетингова політика розподілу» / Стадінченко В.В.; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 59 с.
[URL:https://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/%D0%9C%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%BA%D0%B0%20%D0%A0%D0%A0%20%D0%9C%D0%9F%D0%A0.pdf](https://marketing.kpi.ua/files/studentam/metodichki/%D0%9C%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%BA%D0%B0%20%D0%A0%D0%A0%20%D0%9C%D0%9F%D0%A0.pdf)
11. Окландер М.А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика: підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 284 с.
12. Терещенко І.О., Боровик Т.В., Майборода О.В. Таргетингова реклама як інструмент реалізації маркетингової комунікаційної політики підприємств. Науковий погляд: економіка та управління. 2022. №3 (79). С. 90-97. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/13455>
13. 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). С.38-46. URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/275/174>
14. Решетнікова О.В, Боровик Т.В, Сенько І.М. Маркетинг в соціальних мережах як інструмент просування бренду та підвищення обсягів збуту. Економіка та суспільство. 2024. № 65.
[URL:https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4513](https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4513).
15. Даниленко В.І., Боровик Т.В., Майборода О.В. Особливості маркетингу та логістики у інфраструктурному забезпеченні зовнішньоекономічної діяльності підприємств АПК. Ефективна економіка. 2024. № 11. [URL:https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/5109](https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/5109).
16. Боровик Т.В., Даниленко В.І., Майборода О.В. Синергія креативного маркетингу та логістичного

менеджменту в розвитку інфраструктури товарного ринку. Ефективна економіка. 2024. № 11.
URL:<https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/6783> .

17. Дичковська Й.А., Решетнікова О.В., Боровик Т.В. Роль соціальних мереж у комунікації логістичних компаній з клієнтами. Ефективна економіка. 2025. №8.
URL:<https://nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/7314> .

Інформаційні ресурси

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

2. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського: Офіційний сайт: URL: <http://www.nbuv.gov.ua/> .

3. Митний кодекс України: Закон України від 13.03.2012 № 4495-VI(поточна редакція від 15.05.2021 р.) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>

4. Електронний репозитарій ПДАУ. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/5101>

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

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

7. Офіційний сайт Державної фіскальної служби України URL:<http://sfs.gov.ua/>

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

9. Офіційний сайт торгово-промислової палати України. URL:<http://www.ucci.org.ua/ua/main.html>

10. Офіційний сайт Української асоціації маркетингу. URL:<http://uam.in.ua>

11. Офіційний сайт Міжнародної асоціації маркетингових ініціатив. URL: <http://mami.org.ua/>

12. Офіційний сайт журнал «Marketing and Management of Innovations» (MMI). URL:<https://mmi.sumdu.edu.ua/ua/uammi/all-volumesand-issues-of-mmi/>

Реквізити затвердження

Схвалено на засіданні кафедри маркетингу, протокол від 01 вересня 2026 року № 1

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

Схема нарахування балів із навчальної дисципліни

Назва теми / Форма семестрового контролю	Форми контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти					Разом
	Виконання практ. завдання	Розв'язування тестів	Виконання завдань самостійної роботи	Презентація	Тези*	
Тема 1. Сутність і значення маркетингової політики розподілу.	3	2	3			8
Тема 2. Канали розподілу та їхня характеристика.	3	2	3			8
Тема 3. Управління каналами розподілу.	3	2	3			8
Тема 4. Гуртова торгівля в каналах розподілу.	3	2	3			8
Тема 5. Роздрібна торгівля в системі каналів розподілу.	3	2	3			8
Тема 6. Вибір маркетингової політики і каналів розподілу.	3	2	3			8
Тема 7. Вибір оптимального каналу розподілу.	3	2	3			8
Тема 8. Конкуренція в каналах розподілу.	3	2	3			8
Тема 9. Управління товарним рухом в агробізнесі.	3	2	3			8
Тема 10. Маркетингова логістика.	3	2	3			8
Презентація за будь якою темою на вибір				20		10
Тези					10*	10*
Разом	30	20	30	20	10*	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 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, обгрунтовані, 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. Здобувач демонструє високий рівень формування компетентностей і досягнення результатів навчання.
2	відповіді/розв'язок недостатньо обгрунтована та осмислена, характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності. Загалом, здобувач демонструє середній рівень формування компетентностей і досягнення результатів навчання.
1	відповіді/розв'язок не обгрунтована та осмислена, характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має значні неточності. Загалом, здобувач демонструє задовільний рівень формування компетентностей і досягнення результатів навчання.
0	Не розкрито зміст навчального матеріалу/не виконані завдання, 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 кожен правильну відповідь)

Шкала та критерії оцінювання підготовки презентації

Кількість балів	Критерії оцінювання
15-20	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. Здобувач демонструє високий рівень формування компетентностей і досягнення результатів навчання.
10-14	наявність незначних недоліків у відповідності теми презентації заявленому результату навчання, виконанні презентації та її оформленні. Загалом, здобувач демонструє середній рівень формування компетентностей і досягнення результатів навчання.
1-9	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/не виконані завдання, що не дає можливості оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів.

Шкала та критерії оцінювання самостійної роботи (письмове завдання)

Кількість балів	Критерії оцінювання
3	вірно розкриті питання самостійної роботи; здобувач вищої освіти демонструє розуміння сутності матеріалу, логічність та самостійність у його викладі; аргументовано обґрунтовує свою думку; відповідь містить обґрунтовані висновки. Здобувач демонструє високий рівень формування компетентностей і досягнення результатів навчання.
2	здобувач вищої освіти демонструє поверхневі знання і розуміння основних положень питання; наявні суттєві помилки; висновки неповні. Загалом, здобувач демонструє середній рівень формування компетентностей і досягнення результатів навчання.
1	Загалом, здобувач демонструє задовільний рівень формування компетентностей і досягнення результатів навчання.
0	Не розкрито зміст навчального матеріалу/не виконані завдання, що не дає можливості оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів.

Шкала та критерії оцінювання написання тез доповіді

Кількість балів	Критерії оцінювання
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%). Здобувач демонструє високий рівень формування компетентностей і досягнення результатів навчання.
7-8	Тези підготовлені на актуальну тему з дисципліни, демонструють засвоєні результати навчання, розроблені відповідно до вимог редакції, проте потребують суттєвого доопрацювання. Загалом, здобувач демонструє середній рівень формування компетентностей і досягнення результатів навчання.
4-6	Тези підготовлені на не актуальну тему з дисципліни, не повністю демонструють засвоєні результати навчання, проте потребують суттєвого доопрацювання. Загалом, здобувач демонструє базовий рівень формування компетентностей і досягнення результатів навчання.
0-3	Тези виконані частково, не розкривають результати навчання за дисципліною, мають низький рівень оригінальності (менше 60%)