



Національний технічний університет України
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
імені ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»



КАФЕДРА
МІЖНАРОДНОЇ
ЕКОНОМІКИ

PR-МЕНЕДЖМЕНТ ТА КОРПОРАТИВНІ МЕДІА

Робоча програма навчальної дисципліни (Силабус)

Реквізити навчальної дисципліни

Рівень вищої освіти	<i>Перший (бакалаврський)</i>
Галузь знань	<i>07 Управління та адміністрування</i>
Спеціальність	<i>073 Менеджмент</i>
Освітня програма	<i>Менеджмент і бізнес-адміністрування</i>
Статус дисципліни	<i>Вибіркова</i>
Форма навчання	<i>заочна</i>
Рік підготовки, семестр	<i>3 курс, 6 семестр</i>
Обсяг дисципліни	<i>4 кредити /120 год</i>
Семестровий контроль/ контрольні заходи	<i>залік / МКР</i>
Розклад занять	<i>rozklad.kpi.ua</i>
Мова викладання	<i>Українська</i>
Інформація про керівника курсу / викладачів	Лектор: к.е.н., доц. Дергачова Ганна Михайлівна, am.dergacheva@gmail.com, +380950947023 Практичні / Семінарські: к.е.н., доц. Дергачова Ганна Михайлівна, am.dergacheva@gmail.com, +380950947023
Розміщення курсу	

Програма навчальної дисципліни

1. Опис навчальної дисципліни, її мета, предмет вивчення та результати навчання

Дисципліна “PR-менеджмент та корпоративні медіа” зорієнтована на вивчення концепції PR як одного з важливих елементів сучасного соціального механізму, що органічно впливає на ефективність соціально-політичної та комерційної діяльності; розкриття ролі та місця PR в організації діяльності підприємства на основних етапах становлення його діяльності; формування ефективної системи управління з урахуванням впливу комплексу функцій PR; вибір оптимальних форм практичного використання інструментів PR, презентацій, круглих столів, прес-конференцій тощо; розвиток організаційних форм управління PR на сучасному ринку послуг; формування механізму стратегічного й оперативного планування розвитку підприємства з урахуванням PR.

Мета курсу - надання студентам теоретичних знань та практичних навичок в сфері PR-менеджменту.

Викладення курсу зорієнтоване на розширення та підсилення у студентів таких компетентностей:

- Здатність генерувати нові ідеї (креативність)
- Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління
- Здатність обґрунтовувати антикризові програми, забезпечувати ефективну реалізацію змін, розробляти проекти організаційно-економічного розвитку для формування стратегічних конкурентних переваг в умовах дефіциту фінансових ресурсів

Завдання курсу реалізуються через поглиблення наступних **програмних результатів навчання**:

- Критично осмислювати, вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для управління в непередбачуваних умовах
- Ідентифікувати проблеми в організації та обґрунтовувати методи їх вирішення
- Організовувати та здійснювати ефективні комунікації всередині колективу, з представниками різних професійних груп та в міжнародному контексті
- Демонструвати лідерські навички та вміння працювати у команді, взаємодіяти з людьми, впливати на їх поведінку для вирішення професійних задач

2. Пререквізити та постреквізити дисципліни (місце в структурно-логічній схемі навчання за відповідною освітньою програмою)

Пререквізити: освітні компоненти: Менеджмент, Самоменеджмент, Маркетинг.

Постреквізити: Результати вивчення дисципліни сприятимуть проходженню переддипломної практики, поглибленому опрацюванню бакалаврської кваліфікаційної роботи за відповідною тематикою.

3. Зміст навчальної дисципліни

Тема 1. PR-менеджмент як наука про зв'язки з громадськістю

Сутність PR-менеджменту: як науки налагодження зв'язків між організацією та громадськістю; як особливий вид управління (громадською думкою, інформаційними потоками й комунікацією); як спеціально організоване спілкування; як мистецтво запобігання та регулювання конфліктів та ін. Історичні моделі PR: прес-посередницька модель; модель, підпорядкована інформуванню громадськості; двостороння асиметрична модель; двостороння симетрична модель. Відмінність PR від прес-посередництва, промоушну, паблісіті, іміджмейкінгу, маркетингу, реклами, мерчендайзингу).

Тема 2. Психологічні основи PR-менеджменту

Психологічні аспекти формування позитивного ставлення до організації. Вимоги до психологічного профілю фахівців PR. Вимоги до комунікативної компетентності фахівців PR. Категорія інтересу: психологічні аспекти формування у громадськості інтересу до організації, її політики, продукції, тощо. Категорія взаєморозуміння: психологічні аспекти досягнення взаєморозуміння. Категорія конфлікту: вимоги до компетентності фахівців PR у галузі конфліктології. Суть та попередження виникнення конфлікту.

Тема 3. PR-менеджмент у функціональній структурі організації. Корпоративне медіа та його місце в структурі підприємства.

Складові роботи PR: розробка стратегії публічного аспекту діяльності організації; реалізація розробленої стратегії. Статус та функції співробітника в організації. Вимоги до фахівця. Переваги і недоліки наявності відділу PR в організації. Випадки необхідності у здійсненні PR діяльності консультативною фірмою. Способи

співпраці організації з консультативною фірмою. Переваги та недоліки використання організацією послуг консультативної фірми.

Тема 4. Громадськість і громадська думка у PR-менеджменті.

Поняття громадськості та типологія громадськості. Прихильники, опоненти, байдужі. «Мережа типології споживачів» (VALS2). Визначення цільових та пріоритетних груп громадськості. Підходи до визначення цільових груп організацій: географічний, демографічний, психографічний, з урахуванням прихованої влади, з урахуванням офіційного статусу, з урахуванням репутації, з урахуванням членства. Пріоритетні групи громадськості. Індекс пріоритетності значущості груп громадськості для організації. Сутність громадської думки. Ознаки громадської думки: спрямованість, інтенсивність, стабільність, інформаційна насиченість, соціальна підтримка. Громадська думка та установка. Правила впливу з метою зміни установки у людей. Основні закони (принципи) формування громадської думки. Способи та прийоми впливу на громадську думку.

Тема 5. Корпоративні медіа та їх вплив на громадськість.

Поняття, функції, типологія корпоративних медіа. Історична ретроспектива виникнення і розвитку корпоративних медіа. Сучасний стан та тенденції розвитку корпоративних медіа в Україні і світі. Корпоративна культура і корпоративні медіа.

Тема 6. Планування та організація проведення PR-кампанії

Суб'єкти та об'єкти PR-кампанії. Характер і види PR- кампаній. Етапи формування і проведення PR-кампаній. Формула RACE організації PR-діяльності. Взаємодія з медіа в процесі PR-кампанії. Оцінювання ефективності та результатів PR-кампанії.

Тема 7. PR та позитивний імідж організації. Корпоративні медіа як інструмент формування іміджу організації.

Основні характеристики іміджу як психічного образу. Типологія іміджу. Імідж організацій: базові структурні моделі. Чинники формування позитивного іміджу організації. Психологічні рекомендації з формування позитивного іміджу організації. Імідж в сучасних комунікаційних потоках; проблема іміджу в різних сферах соціального життя; складові іміджу; символізація поведінки лідера організації; типологія іміджу; технології побудови іміджу засобами PR. Корпоративні медіа як інструмент формування іміджу організації.

Тема 8. PR-менеджмент у кризових ситуаціях.

Суть та типологія криз. Управління кризою, складові. Ознаки кризи. Типові помилки організацій в умовах кризи. Кроки організації щодо виходу з кризи. Комунікація в кризових ситуаціях. Особливості поведінки людини у кризовій ситуації; управління проблемами з метою запобігання кризовим ситуаціям; інформування про ризик; управління в умовах кризи; комунікація у кризових ситуаціях; фактори успіху; боротьба з чутками.

4. Навчальні матеріали та ресурси

Базова література

1. Олтаржевський Д. О. Цифрові комунікації: навч. посіб. із дисципліни "Медіавиробництво: промоція". Київ : ННІЖ КНУ ім. Т. Шевченка, 2023. 120 с.
2. Загоруйко Є. О., Олтаржевський Д. О.. Корпоративні комунікації: свіжий погляд : монографія. Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Навч.-наук. ін-т журналістики. Київ : Арт Економі, 2023. 358 с.

3. Гудзь О. Є., Маковецька І. М.. Управління комунікаціями в підприємствах. Галицька видавнича спілка. 2021. 216 с.
4. Гудзь О. Є., Маковецька І. М. Комунікаційний менеджмент: навчальний посібник. Львів : «Галицька видавнича спілка», 2021. 224 с.
5. Ділові комунікації та етикет : наук.-допом. бібліогр. покажч. / Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, уклад. Л. Дейнека. Луцьк, 2023.
6. Коструба Н. С. Ефективні комунікації як засіб досягнення професійних цілей// Соціально-психологічна компетентність персоналу у сфері публічного управління [Текст] : монографія / О.П. В. Лазорко, О. В. Кихтюк та ін. / за заг. ред. О. В. Лазорко, Т. В. Федотової. Луцьк : Вежа-Друк, 2020. С. 92- 105.
7. Комунікативний менеджмент: Навч. посібник / С. В. Панченко, О. В. Дикань, О. В. Громова та ін. – Харків: УкрДУЗТ, 2024. – 184 с.
8. Чередниченко В. (2022). Комунікативний менеджмент в стратегії розвитку підприємства. Економіка та суспільство, (42). URL : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-89>
9. Захарчин Г. (2023). Роль комунікаційної культури в управлінні персоналом. Економіка та суспільство, (56). URL :<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-125>
10. Мальська М., Паньків Н. Іміджологія і PR у туризмі : підручник. Київ : Видавництво «Каравела», 2023. 246 с. URL :<https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/05/Malska-Pankiv-N-Imidzhelohiia-ta-PR-v-turyzmi-book-2023.pdf>
11. Смірнова К. В. PR менеджмент: конспект лекцій. Одеса, ОДЕКУ, 2021. 192 с. URL :http://eprints.library.odeku.edu.ua/id/eprint/9370/1/SmirnovaKV_PR%20management_KL_2021.pdf

Додаткова література

1. Dallas Lawrence. Communicating Under Fire: The Mindset to Survive Any Crisis and Emerge Stronger Post Hill Press 2024
2. Peter M. Smudde. Teaching Public Relations: Principles and Practices for Effective Learning Taylor & Francis 2024
3. Richard Millington. Build Your Community: Turn your connections into a powerful online community Longman (Pearson Education) 2021. 460 p.

Навчальний контент

5. Методика опанування навчальної дисципліни (освітнього компонента)

Відповідність програмних результатів, методів навчання і форм оцінювання

Методи навчання, форми та методи оцінювання

Методи організації навчання: лекції, практичні заняття, самостійна робота студентів.

Загальні методи навчання: проблемного викладу, інформаційно-рецептивний, проблемно-пошуковий, евристичний.

Спеціальні методи навчання: кейс-метод, робота в малих групах, методи вирішення творчих завдань, презентації, дискусія.

Елементи і прийоми: дискусія, мозковий штурм, критичне мислення.

Форми та методи оцінювання:

Поточний контроль: тестування, дискусійне обговорення, виконання аналітичних, ситуаційних та творчих завдань, експрес-опитування.

Семестровий контроль – залік.

Відповідність програмних результатів, методів, елементів і прийомів навчання, форм оцінювання

Програмні результати навчання	Методи навчання	Форми оцінювання
Критично осмислювати, вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для управління в непередбачуваних умовах; ідентифікувати проблеми в організації та обґрунтовувати методи їх вирішення; організовувати та здійснювати ефективні комунікації всередині колективу, з представниками різних професійних груп та в міжнародному контексті; демонструвати лідерські навички та вміння працювати у команді, взаємодіяти з людьми, впливати на їх поведінку для вирішення професійних задач	<i>Методи організації навчання:</i> лекції проблемного характеру, практичні заняття, консультації, робота з навчально-методичною літературою і інформаційними ресурсами. <i>Загальні методи навчання:</i> проблемного викладу, інтерактивний, проблемно-пошуковий, евристичний. <i>Спеціальні методи навчання:</i> кейс-метод, робота в малих групах, методи вирішення творчих завдань, презентації, дискусія.	Рейтингова система оцінювання, яка передбачає накопичення балів за: тестування, дискусійного обговорення та надання відповідей на проблемні питання, опитування. Семестровий контроль – залік

Тематика та структурно-логічна побудова курсу

Навчальним планом передбачено проведення 8 годин лекційних та 6 годин практичних занять, модульний контроль та залік

Назва розділів, тем	Розподіл годин				Опис занять	Навчальна діяльність та оцінювання
	Л	П	С	Всього		
Тема 1. PR-менеджмент як наука про зв'язки з громадськістю	1	1	13	15	Лекція 1 Практичне заняття 1	Опитування Самостійна робота
Тема 2. Психологічні основи PR-менеджменту	1	1	13	15	Лекція 2 Практичне заняття 2	Опитування Самостійна робота
Тема 3. PR-менеджмент у функціональній структурі організації. Корпоративне медіа та його місце в структурі підприємства.	1	1	12	14	Лекція 3 Практичне заняття 3	Опитування Самостійна робота

Тема 4. Громадськість і громадська думка у PR-менеджменті.	1	1	12	14	Лекція 4 Практичне заняття 4	Самостійна робота
Тема 5. Корпоративні медіа та їх вплив на громадськість.	1	1	12	14	Лекція 5 Практичне заняття 5	Самостійна робота
Тема 6. Планування та організація проведення PR-кампанії	1	1	12	14	Лекція 6 Практичне заняття 6	Самостійна робота
Тема 7. PR та позитивний імідж організації. Корпоративні медіа як інструмент формування іміджу організації.	1		12	13	Лекція 7 Практичне заняття 7	Самостійна робота
Тема 8. PR-менеджмент у кризових ситуаціях.	1		12	13	Лекція 8 Практичне заняття 8	Самостійна робота
МКР		2	4	6		
Залік			6	6		
Всього	8	6	106	120		

Примітка: Л – лекції, П – практичні заняття, С - самостійна робота

6. Самостійна робота студента/аспіранта

Навчальним планом передбачено 106 годин самостійної роботи. На самостійну роботу виноситься: підготовка до занять, до виконання модульної контрольної роботи, підготовка до складання семестрового контролю

Політика та контроль

7. Політика навчальної дисципліни (освітнього компонента)

Відвідування занять та норми поведінки. Відвідування занять є вільним, бали за присутність на лекціях та практичних заняттях не додаються. Втім, вагома частина рейтингу формується через активну участь у заходах на практичних заняттях, а саме за участі у ділових іграх, аналізі конкретних ситуацій, груповій та індивідуальній роботі. Тому пропуск практичного заняття знижує можливість здобувача отримати рейтингові бали.

Користуватись мобільним телефоном на заняттях можна лише у беззвучному режимі. Норми етичної поведінки визначені у Кодексі честі (<https://kpi.ua/code>). В університеті здобувачі мають поводити себе відповідно до Правил внутрішнього розпорядку (<https://kpi.ua/admin-rule>).

Дистанційний режим навчання. У разі запровадження обмежень на відвідування університету, пов'язаних з введенням карантину або режиму воєнного стану в державі, освітній процес проваджується у дистанційному режимі відповідно до Положення про дистанційне навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/188>), Регламенту організації освітнього процесу в дистанційному режимі (<https://profkom.kpi.ua/reglament-organizatsiyi-osvitnogo-protsesu-v-distantsiynomu-rezhimi/>) та Регламенту проведення семестрового контролю в дистанційному режимі (<https://osvita.kpi.ua/node/148>).

Дистанційний курс дисципліни розміщено на Платформі дистанційного навчання «Сікорський» (<https://www.sikorsky-distance.org>). Дистанційні заняття проводяться у вигляді онлайн-конференції з використанням програми для організації відеоконференцій **Zoom**. Посилання на конференцію надається здобувачам на початку семестру. Результати оцінювання висвітлюють у АС «Електронний кампус» на особистій сторінці здобувача (<https://ecampus.kpi.ua>).

Визнання результатів навчання, набутих у неформальній/інформальній освіті. Порядок визнання таких результатів регламентується Положенням про визнання результатів навчання, набутих у неформальній / інформальній освіті (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/179>). Можуть бути зараховані окремі змістовні модулі або теми дисципліни. В такому разі здобувач звільняється від виконання відповідних завдань, отримуючи за них максимальний бал відповідно до рейтингової системи оцінювання.

Політика оцінювання контрольних заходів. Формування семестрового рейтингу студента ґрунтується своєчасному проходженні тестування, виконанні поточних завдань, написанні модульної контрольної роботи згідно графіку викладання дисципліни. Якщо контрольні заходи пропущені з поважних причин (хвороба або вагомі життєві обставини), студенту надається можливість відпрацювати пропущені заняття за рахунок виконання індивідуальних завдань. В разі порушення термінів і невиконання завдання з неповажних причин, студент не допускається до складання заліку в основну сесію.

Заохочувальні та штрафні бали. Заохочувальні бали здобувач може отримати за участь у конкурсах наукових робіт за тематикою дисципліни або за поглиблене вивчення окремих тем, результати якого представлені у вигляді наукових тез, наукової статті тощо, проходження онлайн курсів за тематикою дисципліни. Штрафні бали з дисципліни не передбачаються.

Політика дедлайнів та перескладань. МКР складаються лише у призначений день. Якщо контрольні заходи, або виконання завдань пропущені з поважних причин (хвороба або вагомі життєві обставини), надається можливість додатково скласти завдання протягом найближчого тижня. Невиконання завдань, а також порушення термінів їх виконання з неповажних причин не дає можливості набрати відповідні бали рейтингу. Порядок ліквідації академічної заборгованості та перескладання

семестрового контролю регулюється Положенням про поточний, календарний та семестровий контроль результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/32>).

Оскарження результатів контрольних заходів. У випадку незгоди здобувача з оцінкою за результатами контрольного заходу, він має право подати апеляцію у день оголошення результатів на ім'я декана факультету за процедурою визначеною Положенням про апеляції (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/182>).

Визнання результатів навчання, набутих у неформальній або інформальній освіті. Порядок визнання таких результатів регламентується Положенням про визнання результатів навчання, набутих у неформальній / інформальній освіті (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/179>). Можуть бути зараховані окремі теми дисципліни. В такому разі здобувач звільняється від виконання відповідних завдань, отримуючи за них максимальний бал відповідно до рейтингової системи оцінювання.

Академічна доброчесність. При оцінювання робіт здобувачів особлива увага приділяється дотриманню політики академічної доброчесності (<https://kpi.ua/academic-integrity>). В разі виявлення дублювання робіт, такі роботи отримують нульовий рейтинг. При виявленні значного рівня запозичень в розрахунковій роботі або інших роботах без належного цитування, роботи не оцінюються і повертаються здобувачу на доопрацювання.

Політика використання штучного інтелекту. Використання штучного інтелекту регламентується «Політикою використання штучного інтелекту для академічної діяльності в КПІ ім. Ігоря Сікорського» (<https://osvita.kpi.ua/node/1225>). Усі навчальні завдання з дисципліни мають бути результатом власної оригінальної роботи здобувача. Використання штучного інтелекту для автоматичної генерації відповідей без подальшого їх аналізу та доопрацювання заборонено. Здобувачам не рекомендується покладатися на штучний інтелект, як на єдине джерело інформації. Важливо перевіряти та аналізувати отримані дані з наукових джерел. Усі випадки використання штучного інтелекту для виконання завдань мають бути чітко вказані та задокументовані. Це стосується як використання текстових генераторів, так й інших інструментів штучного інтелекту. Використання штучного інтелекту має відповідати принципам академічної доброчесності. Недотримання цього положення розглядатиметься як порушення академічної етики.

8. Види контролю та рейтингова система оцінювання результатів навчання (PCO)

Оцінювання передбачає застосування рейтингової системи першого типу (PCO-1) відповідно до Положення про систему оцінювання результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (зі змінами, внесеними наказом від 03.05.2022 р. № НОН/131/2022) <https://osvita.kpi.ua/node/37>.

Семестровий контроль студента проводять за результатами підсумкового значення рейтингу з дисципліни. Максимальний сумарний рейтинг за курс – 100 балів. Поточний контроль проводиться у вигляді експрес-опитувань, вирішення завдань на практичних заняттях. Також передбачено виконання модульної контрольної роботи.

Семестровий контроль: залік, який виставляється на основі результатів навчання студентів. Здобувачі, які виконали всі умови допуску до заліку та мають рейтингову

оцінку 60 і більше балів, отримують відповідну до набраного рейтингу оцінку без додаткових випробувань.

Зі здобувачами, які виконали всі умови допуску до заліку та мають рейтингову оцінку менше 60 балів, а також з тими здобувачами, хто бажає підвищити свою рейтингову оцінку, на останньому за розкладом занятті з дисципліни в семестрі викладач проводить семестровий контроль у вигляді співбесіди.

Види контролю. Опанування дисципліни передбачає наступні види контролю:

Поточний контроль: тестування, дискусійного обговорення та надання відповідей на проблемні питання, виконання аналітичних, ситуаційних та творчих завдань, відповідей на практичних заняттях (опитування), виконання кейсів, виконання модульної контрольної роботи.

Семестровий контроль: залік.

8.1. Поточний контроль (max 100 балів)

Рейтингова система оцінювання. Оцінювання ґрунтується на застосування рейтингової системи оцінювання, яка передбачає систематичну роботу студентів протягом семестру і складається з наступних заходів:

Експрес-опитування та дискусійне обговорення на практичних заняттях (max $8 \cdot 5 = 40$ балів) – протягом семестру студенти мають бути готовими до опитування по лекційному матеріалу.

Вирішення завдань (max $8 \cdot 5 = 40$ балів) – передбачає тестування, опрацювання конкретних аналітичних, ситуаційних та творчих завдань ситуацій, пов'язаних із формуванням власних правових позицій з посиланням на чинне законодавство.

Виконання модульної контрольної роботи (20 балів).

Критерії нарахування балів за зазначені види робіт:

Експрес-опитування, дискусійне обговорення на практичних заняттях:

5 балів – повна вичерпна відповідь, що відповідає суті питання;

4-3 бали – повна відповідь та незначні помилки;

2-1 бал – неповна відповідь та незначні помилки;

0 балів – відповідь відсутня або не відповідає суті запитання.

Вирішення завдань (тестування, виконання аналітичних, ситуаційних та творчих завдань):

5 балів – повністю надано відповіді на всі питання завдання, творче розкриття питань, вільне володіння матеріалом, активна участь у дискусії, глибокий аналіз, чітке логічне викладення результатів роботи, якісна презентація, впевнені відповіді на питання;

4-3 бали – володіння матеріалом, глибокий аналіз, участь у дискусії, помилки у відповідях;

2-1 бал – неповне розкриття питань, окремі питання не опрацьовані, немає чіткого аналізу, відсутні логічні висновки, студент приймає участь у дискусії;

0 балів – відповідь відсутня, студент не приймає участь у дискусії.

Модульна контрольна робота (max 20 балів) – виконується на практичному занятті у вигляді тестування. Відповіді на запитання модульної контрольної роботи оцінюються за такими критеріями:

19-20 балів – повна відповідь (не менше 95% потрібної інформації), надані відповідні обґрунтування та особистий погляд;

15-18 балів – достатньо повна відповідь (не менше 75% потрібної інформації), незначні неточності);

12-14 балів – неповна відповідь (не менше 60% потрібної інформації);

11-0 балів – незадовільна відповідь.

8.2. Семестровий контроль (залік) (max 100 балів)

Умовою допуску до заліку є виконання навчальних завдань та модульної контрольної роботи. Залік отримується здобувачем без додаткових випробувань, якщо сума набраних балів не менша за 60. Здобувач, який у семестрі отримав більше 60 балів, але бажає підвищити свій результат, може взяти участь у заліковій контрольній роботі. Здобувачі, які мають рейтингову оцінку менше 60 балів складають залікову контрольну роботу. Остаточний результат складається із балів, що отримані на заліковій контрольній роботі.

Розрахунок балів за виконання завдань залікової контрольної роботи (100 балів):

- теоретичні питання (4 питання) мають на меті виявити рівень знання матеріалу в цілому:

10-9 балів	- відповідь на питання викладено правильно, всебічно, безпомилково і логічно;
8-7 балів	– відповідь на питання викладено не достатньо повно, проте основні аспекти розкрито;
6-4 балів	– відповідь не повністю розкриває ключові елементи;
3-1 бал	- відповідь не розкриває ключові елементи, здебільшого ґрунтується на власних припущеннях, а не знанні матеріалу;
0 балів	– немає відповіді.

- тестові завдання (20 завдань) демонструють глибину знань про теоретичні засади дисципліни, належать до тестів закритої форми, мають декілька запропонованих відповідей, з яких обирається одна правильна:

2 бали – відповідь вірна;

0 балів – відповідь не вірна

- аналітичне завдання. Передбачає виконання двох завдань:

10 балів – продемонстровано знання матеріалу і вдало його застосовано для аналізу та доведення аналітичного завдання, наведено висновки з застосуванням набутих знань та вмінь;

8-9 балів – аналітичне завдання пояснене вірно, логічно, однак не наведено висновків за результатами або допущено помилки у твердженнях, поясненнях або доведенні;

6-7 балів – аналітичне завдання виконане, але визначене рішення не містить чітких обґрунтувань відповідних набутих навичкам пройденому курсу;

0 балів – завдання не виконано

Максимальний бал за курс – 100 балів.

Таблиця відповідності рейтингових балів оцінкам за університетською шкалою:

Кількість балів	Оцінка
100-95	Відмінно
94-85	Дуже добре
84-75	Добре
74-65	Задовільно

64-60	Достатньо
Менше 60	Незадовільно
Не виконані умови допуску	Не допущено

9. Додаткова інформація з дисципліни (освітнього компонента)

Викладення дисципліни може бути переведено у дистанційну форму за відповідних умов згідно розпоряджень університету.

Робочу програму навчальної дисципліни (силабус):

Складено доцентом кафедри міжнародної економіки, к.е.н., доц. Дергачовою Г. М.

Ухвалено кафедрою міжнародної економіки (протокол № 14 від 18.06.2024 р.)

Погоджено Методичною комісією факультету менеджменту та маркетингу (протокол № 10 від 30.06.2024 р.)