

ДОДАТОК 1
Критерії оцінювання виконаних робіт

Навчальна дисципліна: МАРКЕТИНГОВА ЦІНОВА ПОЛІТИКА
СЕМЕСТР 5 (екзаменаційний)

1. Оцінювання виконання елементів поточного контролю

Максимальна оцінка, яку може отримати здобувач за виконання 4 презентацій, становить 12,5 балів за кожну презентацію.

У разі відсутності на занятті здобувач має можливість отримати оцінку за це заняття, виконавши письмову відповідь на озвучені питання, які також розміщені в Google Classroom. Обов'язковою умовою отримання максимальної оцінки є усний коментар здобувачем написаного матеріалу.

Таблиця 1 - Критерії оцінювання презентацій №1–4

Критерії оцінювання	Бали
Здобувач демонструє глибоке знання та розуміння маркетингових категорій. Відповідь повністю розкриває теоретичне питання. Практичне завдання виконане правильно: розрахунки здійснені без помилок, таблиці та графіки побудовані коректно. У тестових завданнях допущено не більше однієї несуттєвої помилки. Здобувач аргументовано пояснює вибрані рішення, демонструє вміння аналізувати маркетингову ситуацію, робить логічні висновки та пропонує обґрунтовані рекомендації. Вільно оперує маркетинговою термінологією та може застосувати теорію до реальних прикладів. Оформлення відповідає методичним вимогам.	12,5 балів
Здобувач демонструє часткове розуміння маркетингових понять. Теоретична частина розкрита неповністю або поверхово. У практичних розрахунках можливі незначні помилки. Тестові завдання виконані з кількома помилками. Висновки недостатньо аргументовані або шаблонні. Спостерігається переважно відтворення матеріалу без глибокого аналізу. Оформлення частково відповідає вимогам.	7,5 бали
Робота не виконана або не подана.	0 балів

Передбачено дві модульні контрольні роботи. Кожна модульна контрольна робота включає: теоретичну частину; практичну частину (розв'язання задач, аналітичні розрахунки, аналіз ситуації, тестові завдання).

Бездоганне виконання кожної МКР оцінюється у 25 балів. Максимальна кількість балів за дві МКР — 50 балів.

Таблиця 3 - Критерії оцінювання модульних контрольних робіт

Критерії оцінювання	Бали
Здобувач повністю та аргументовано розкриває теоретичні питання. Відповіді логічні, структуровані, з використанням професійної термінології. Практична частина виконана без помилок: розрахунки правильні, аналітичні висновки обґрунтовані. Тестові завдання виконані без помилок або з мінімальною кількістю несуттєвих помилок. Здобувач демонструє аналітичне мислення та здатність застосовувати теорію до практичних маркетингових ситуацій.	25 балів
Здобувач достатньо розкриває теоретичні питання, але відповідь містить окремі неточності або недостатню аргументацію. Практична частина виконана з незначними помилками у розрахунках або інтерпретації результатів. Висновки подані, але не повністю обґрунтовані. У тестових завданнях допущено декілька помилок.	20 балів

Теоретична частина розкрита поверхово, переважає відтворення матеріалу без глибокого аналізу. У практичних завданнях допущені помилки в розрахунках або логіці аналізу. Висновки формальні або частково відсутні. Тестові завдання містять значну кількість помилок.	15 балів
Здобувач демонструє фрагментарні знання. Теоретичні відповіді неповні або некоректні. Практичні завдання виконані частково або з суттєвими помилками. Висновки слабкі або відсутні.	10 балів
Робота виконана на низькому рівні або не подана.	0 балів

Розрахунково-графічна робота з дисципліни «Маркетингова цінова політика» має аналітично-розрахунковий характер та передбачає аналіз цінової політики підприємства. Оцінювання РГР здійснюється за 25-бальною шкалою.

Таблиця 4 - Критерії оцінювання розрахунково-графічної роботи

№	Критерій оцінювання	Максимальна кількість балів	Рівні оцінювання та характеристика
1	Зміст та повнота виконання розрахунково-графічної роботи	12	12 балів: Робота повністю відповідає темі. Обрано підприємство, чітко визначено об'єкт і предмет дослідження. Послідовно виконані всі етапи; результати узагальнені у таблицях і графіках. Матеріал логічно структурований. 8–10 балів: Окремі етапи виконані не повністю або поверхово. Перелік факторів недостатньо обґрунтований. Частково відсутній аналітичний коментар. 4–7 балів: Робота має фрагментарний характер. Відсутній один або декілька обов'язкових етапів аналізу. 0–3 бали: Робота не відповідає вимогам або виконана формально.
2	Точність розрахунків і правильність оформлення таблиць	5	5 балів: Усі розрахунки виконані правильно. Коректно застосовано бальний метод та вагові коефіцієнти. Таблиці структуровані, мають назви та логічну побудову. Графіки відображають результати аналізу. 3–4 бали: Допущені незначні арифметичні або методичні помилки, що не впливають суттєво на загальні висновки. 1–2 бали: Є суттєві помилки у розрахунках або відсутні вагові коефіцієнти. Таблиці оформлені некоректно або неповністю. 0 балів: Розрахунки відсутні або виконані неправильно.

3	Логічність висновків та обґрунтованість рекомендацій	4	4 бали: Висновки логічно випливають із проведених розрахунків. Рекомендації аргументовані та реалістичні. 2–3 бали: Висновки загальні або недостатньо пов'язані з результатами аналізу. Рекомендації подані, але не мають чіткої аргументації. 0–1 бал: Висновки відсутні або формальні.
4	Охайність оформлення та відповідність методичним вимогам	4	4 бали: Робота оформлена відповідно до методичних вимог: наявна структура, зміст, правильна нумерація таблиць і рисунків, посилання на джерела, дотримано вимог академічної доброчесності. 2–3 бали: Наявні незначні порушення оформлення (неточності у нумерації, відсутність окремих підписів таблиць). 0–1 бал: Суттєві порушення вимог оформлення.
	Разом	25	Підсумкова оцінка визначається як сума балів за всіма критеріями та оголошується за результатами перевірки і захисту РГР.

Формою підсумкового контролю з дисципліни «Маркетингова цінова політика» є екзамен. Екзамен проводиться з метою комплексної перевірки рівня засвоєння здобувачами вищої освіти теоретичних знань та сформованості практичних навичок у сфері логістики. Екзаменаційний білет включає:

- теоретичні питання (розкриття сутності цінової політики підприємства);
- практичне завдання (аналіз витрат, розрахунок ціни, обґрунтування прийняття стратегії).

Таблиця 6 - Критерії оцінювання екзамену

Рівень відповіді	Бали	Характеристика
Високий	90–100	Повне та глибоке розкриття теоретичних питань. Правильне виконання практичного завдання. Аргументовані висновки та вміння застосовувати маркетингові інструменти.
Достатній	75–89	Теоретичні питання розкриті достатньо, але є незначні неточності. Практичне завдання виконане з окремими помилками.
Середній	60–74	Відповіді поверхові. Практична частина виконана частково або з помилками.
Незадовільний	0–59	Знання фрагментарні. Практичне завдання не виконане або виконане неправильно.

