



УПРАВЛІННЯ МЕДІЙНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ (ПВ)

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 Менеджмент міжнародного бізнесу Логістика</i>
Статус дисципліни	<i>Вибіркова</i>
Форма навчання	<i>очна(денна)</i>
Рік підготовки, семестр	<i>III курс, 6 семестр</i>
Обсяг дисципліни	<i>4 кредити (120 годин) Лекції 16 годин, практичні заняття 32 години, СР – 72 години</i>
Семестровий контроль/ контрольні заходи	<i>залік / МКР, календарний контроль</i>
Розклад занять	згідно розкладу: https://schedule.kpi.ua/
Мова викладання	Українська
Інформація про керівника курсу / викладачів	Лектор, практик: к.е.н., доцент, Сухорукова Ольга Аркадіївна, sotopol@ukr.net
Розміщення курсу	На платформі дистанційного навчання «Сікорський» https://do.ipu.kpi.ua/course/view.php?id=7424

Програма навчальної дисципліни

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

Медіабізнес є складовою сучасної креативної економіки, що розвивається в умовах диджиталізації, глобалізації, інтенсивних продуктових та організаційних перетворень. Успішне управління медійними підприємствами вимагає поглиблених знань щодо особливостей виробництва та дистрибуції медійної продукції, специфіки регулювання, сучасних принципів, підходів та практик медійного менеджменту.

Метою дисципліни є підготовка фахівців, здатних організувати розробку та просування медійного продукту та забезпечити високу конкурентоспроможність та стійкий розвиток медійного підприємства на основі розробки сучасних бізнес-моделей з урахуванням особливостей ринкової моделі медіа, специфіки правового регулювання та сучасних перетворень у медіавиробництві.

Отримані компетенції дозволяють випускникам працювати керівниками традиційних та новітніх засобів масової інформації, видавництва, рекламних та PR-агентств, менеджерами диджитал- та медіапроектів, менеджерами маркетингових комунікацій, більш ефективно підтримувати інформаційну безпеку підприємства та організувати комунікації підприємств з контактними аудиторіями засобами медіа.

Викладення курсу зорієнтоване на формування у студентів таких компетентностей:

Знання:

- особливостей виконання управлінських функцій у медіабізнесі;
- специфіки створення медійного продукту;
- особливостей планування та організації виробництва медіапродукції на різних медійних підприємствах;

Вміння:

- аналізувати результати функціонування медіапідприємства та реалізувати коригуючі дії, спрямовані на підвищення ефективності функціонування;
- приймати обгрунтовані рішення щодо управління медіапідприємствами, організації виробництва та дистрибуції медіапродукту;

Набутими знаннями і вміннями можна користуватися при виконанні управлінських функцій у медіапідприємстві або медіапроекті, для організації діяльності творчого колективу, створення конкурентоспроможного медійного продукту, забезпечення стійкого розвитку медіапідприємства

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

Пререквізити: базові дисципліни з менеджменту, для отримання сертифікату з напрямку «Менеджмент у медіабізнесі» необхідними пререквізитами є Основи медіабізнесу, Правове регулювання медіабізнесу, Диджитал менеджмент, Сучасні бізнес-моделі у медіа.

Постреквізити: розробка бакалаврської роботи у випадку її виконання на підприємстві медійного бізнесу.

3. Зміст навчальної дисципліни

Тема 1. Медійні підприємства в Україні та медіаменеджмент як особливий напрям управлінської діяльності

Тема 2. Управління контентом у медіа

Тема 3. Управління редакційною діяльністю у медіа

Тема 4. Планування діяльності медійних підприємств

Тема 5. Організація діяльності медіапідприємств

Тема 6. Мотивація та управління персоналом у медіабізнесі

4. Навчальні матеріали та ресурси

Базова література:

1. Основи медіабізнесу [Електронний ресурс] : підручник для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» / З. В. Григорова, О. А. Сухорукова, А. В. Кваско, Л. П. Шендерівська ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові дані (1 файл: 4,70 Мбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. – 323 с. – <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/42183>.

2. Основи медіаменеджменту [електронний ресурс] : навч. посіб. для студ. спеціальності 073 «Менеджмент», спеціалізації «Медіаменеджмент та адміністрування у видавничо-поліграфічній галузі» / О. М. Барзилович, З. В. Григорова, Л. А. Пунчак та ін.; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. – 296 с.

3. Медіаменеджмент і медіамаркетинг: концепти, стратегії, практики: навчальний посібник / О.Т. Марків; Український державний університет імені Михайла Драгоманова. – Київ.: Вид-во УДУ ім. Михайла Драгоманова, 2024. – 116 с.

4. Сухорукова О.А. Кваско А.В. Управління персоналом медійної індустрії в сучасних умовах. Вчені записки ТНУ ім. В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. Том 32 (71). № 2, 2021. С. 58-64.

Допоміжна література:

1. Альбарран А. Менеджмент електронних ЗМІ / А.Альбарран; пер.з англ.Н.Кашуба. – Київ: «Наука», 2009. – 296 с.
2. Горська К., Михайленко В. Медіаконтент у глобальному вимірі: навчальний посібник. (2023). Режим доступу: <https://issuu.com/copyright.literacy/docs/mediakontent>
3. Дмитровський З.Є. Організація роботи на телебаченні: Тексти лекцій. – Львів : Малий видавничий центр факультету журналістики ЛНУ ім. І. Франка, 2020. – 98 с.
4. Женченко М. Цифрові трансформації видавничої галузі. К. Жнець, 2019
5. Кваско, А., Сухорукова, О., Григорова, З. (2021). Сучасні методи досліджень в медіаменеджменті. *Економіка та суспільство*, (24). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-24-13> <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/188> (8 сторінок)
6. Організація телевізійного виробництва: конспект лекцій / В.С. Лазебний, В.М. Бакіко, О.О. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. – 162 с
7. Планування, облік, калькулювання та аналіз собівартості продукції на підприємствах видавничо-поліграфічної галузі : навч.-метод. посіб. / А. М. Штангрет [та ін.]. - Львів : Укр. акад. друкарства, 2015. - 391 с.
8. Сухорукова О.А Проблеми статистичного обліку у медійній індустрії /Економіка та фінанси.-. №4. - 2018. – с. 122-129.
9. Сухорукова О.А Чинники конкурентоспроможності медійної індустрії США на світовому ринку // Problems of modern science: trends and prospects: Collection of scientific articles. – Namur, Belgium, 2018. – р.24-29
10. Сухорукова О.А Directions for economic estimation of information and intellectual safety in mediaindustry // Science and education: trends and prospects: Collection of scientific articles. –Ascona Publishing, New York, United States of America, 2018. – р.196-202
11. Шпак В. І. Видавничий бізнес: книга редактора : навч. посіб. К. : ДП «Екс- прес-об'ява». 2022. 2-ге вид. доп. і перероб. 292 с
12. ЕЛЕКТРОННИЙ КУРС: ПОСІБНИК З МЕНЕДЖМЕНТУ ДЛЯ КЕРІВНИКІВ ЗМІ <https://eunighbourseast.eu/uk/media/e-courses/management-kit/>
13. Сухорукова О.А., Кваско А.В. Стан та особливості дослідження концентрації у медіаіндустрії. *Економіка та суспільство*. 2022. № 39. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1408> DOI: 10.32782/2524-0072/2022-39-72
14. Сухорукова О.А. Григорова З.В. Проблеми формування моделі медіаіндустрії у сучасних дослідженнях. *Причорноморські економічні студії.-№62. - 2021.- с. 87-94.* http://bses.in.ua/journals/2021/62_2021/17.pdf
15. Mark Deuze. (2016). Managing Media Workers / In G. F. Lowe & F. Martin (Eds.), *Managing Media Firms and Industries. What's So Special About Media Management.* (pp.329-343). Springer International Publishing Switzerland

Нормативно-правові джерела:

1. Закон України «Про інформацію» від 02.10.1992 р. № 2657-ХІІ // Відомості Верховної Ради України від 01.12.1992 р., № 48, стаття 650 / Офіційний сайт Верховної Ради України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/main/2657-12>.
2. Закон України «Про авторське право і суміжні права» від 1 грудня 2022 року № 2811-ІХ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2811-20#Text>.
3. Закон України «Про медіа» від 13 грудня 2022 року № 2849-ІХ. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text>
4. Закон України «Про видавничу справу» від 05.06.1997 р. № 318/97-ВР // Відомості Верховної Ради України від 08.09.1997 р., № 32, стаття 206 / Офіційний сайт Верховної Ради України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/main/318/97-%D0%B2%D1%80>.
5. Закон України Про державну підтримку медіа, гарантії професійної діяльності та соціальний захист журналіста від 23.09.1997 р. № 540/97-ВР – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/540/97-%D0%B2%D1%80>.
6. Закон України «Про рекламу» від 03.07.1996 р. № 270/96-ВР // Відомості Верховної Ради України від 24.09.1996 р., № 39, стаття 181 / Офіційний сайт Верховної Ради України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/main/270/96-%D0%B2%D1%80>.

Навчальний контент

5. Методика опанування навчальної дисципліни (освітнього компонента)

Відповідність програмних результатів, методів навчання і форм оцінювання

Програмні результати навчання	Методи навчання	Форми оцінювання
<p>Знання: особливостей виконання управлінських функцій у медіабізнесі; специфіки створення медійного продукту; особливостей планування та організації виробництва медіапродукції;</p> <p>Вміння: аналізувати результати функціонування медіапідприємства та реалізувати коригуючі дії, спрямовані на підвищення ефективності функціонування; приймати обгрунтовані рішення щодо управління медіапідприємствами, організації виробництва та дистрибуції медіапродукту;</p>	<p>Лекції проблемного характеру, практичні заняття, консультації, робота з навчально-методичною літературою і інформаційними ресурсами; підготовка та захист реферату</p> <p><i>Загальні методи навчання:</i> проблемного викладу, інтерактивний, проблемно-пошуковий, евристичний.</p> <p><i>Спеціальні методи навчання:</i> кейс метод, робота в малих групах, методи вирішення творчих завдань, презентація.</p>	<p>Рейтингова система оцінювання, яка передбачає накопичення балів за: відповіді на практичних заняттях, підготовки реферату, доповіді та обговорення на семінарських заняттях, модульну контрольну роботу, тестування.</p> <p>Підсумкове оцінювання - залік</p>

Тематика та структурно-логічна побудова курсу

Навчальним планом передбачено проведення 16 годин лекційних та 16 годин практичних занять, модульний контроль, залік

Тиждень навчання	Назва розділів, тем	Розподіл годин				Опис занять	Контрольні заходи
		Л	П	С	Σ		
1-2	Тема 1. Медійні підприємства в Україні та медіаменеджмент	2	4	10	16	<p>Л 1 Медійні підприємства в Україні та засади їх функціонування</p> <p>П 1.1 Вхідний контроль. Організаційні заходи.</p> <p>П 1.2 Середовище функціонування медіапідприємств та тенденції його розвитку</p>	<p>Опитування</p> <p>Виконання завдання</p> <p>Дискусія Кейс</p> <p>Тестування</p>
3-4	Тема 2. Управління контентом у медіа	2	4	10	16	<p>Л 2 Управління контентом у медіа</p> <p>П 2.1 Сутність та зміст контент-менеджменту.</p> <p>П. 2.2. Дослідження сучасного медіапродукту та особливостей його споживання</p>	<p>Опитування</p> <p>Виконання завдання</p> <p>Тестування</p>
5-6	Тема 3. Планування діяльності медійних підприємств	2	4	12	18	<p>Л 3 Планування діяльності медійних підприємств</p> <p>П 3.1 Стратегічне планування діяльності медійного підприємства</p>	<p>Опитування</p> <p>Виконання завдань</p>

						П 3.2. Оперативні плани медійних підприємств	
7-10	Тема 4. Організація виробництва медійного продукту	4	6	10	20	Л 4.1. Редакція медіа: склад та основні функції Л 4.2 Організація виробництва медійного продукту П 4.1 Журналістика в контексті управління медійними підприємствами. П.4.2. Планування організації медійного виробництва	Опитування Оцінювання аналітичного завдання та кейсу
9-10	Модульна контрольна робота		2	4	6	Передбачає теоретичні та аналітичні завдання	Оцінювання тестування та аналітичного завдання
11-13	Тема 5. Організування діяльності медіапідприємств	4	8	10	22	Л 5.1. Організування діяльності традиційних медіа Л 5.2. Організування діяльності нових медіа П 5.1 Дослідження організації традиційних медіа П 5.2. Дослідження організації нових медіа	Опитування Виконання ситуаційних і аналітичних завдань
14	Тема 6. Мотивація та управління персоналом у медіабізнесі	2	2	10	14	Л 6 Мотивація та управління персоналом у медіабізнесі П.6.1. Дослідження мотивації у медіапідприємствах.	Опитування
15	Залік		2	6	8	Оголошення рейтингу, написання залікової контрольної роботи	Залік
	Разом	16	32	72	120		

Примітка: Л – лекції, П – практичні заняття, Н – навчальна діяльність, О - оцінювання ЗК – загальні компетентності, СК – спеціальні компетентності, ПРН – програмні результати навчання

6. Самостійна робота студента/аспіранта

Самостійна робота студентів передбачає самостійне опрацювання додаткових матеріалів курсу, підготовку до практичних занять та контрольних заходів, виконання домашніх завдань, проведення міні-досліджень, підготовки домашнього завдання. Обсяги часу на виконання самостійної роботи вказані у таблиці вище.

Політика та контроль

7. Політика навчальної дисципліни (освітнього компонента)

Відвідування занять та правила поведінки

Відвідування занять є вільним, бали за присутність на лекціях та практичних заняттях не додаються. Втім, частина рейтингу студента формується через активну участь у практичних заняттях, а саме, - участі у ділових іграх, аналіз конкретних ситуацій, презентація індивідуальних досліджень. Тому пропуск практичного заняття не дає можливість отримати студенти бали у семестровий рейтинг.

В університеті здобувачі мають поводити себе відповідно до Правил внутрішнього розпорядку (<https://kpi.ua/admin-rule>).

В аудиторіях на лекційних та практичних заняттях користуватись мобільним телефоном дозволено лише у беззвучному режимі за обґрунтованої необхідності.

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-distantsiyному-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>).

Політика оцінювання контрольних заходів. Оцінювання контрольних заходів відбувається відповідно до Положення про систему оцінювання результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/node/37>), Положення про поточний, календарний та семестровий контроль результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/32>). Нижня межа позитивного оцінювання кожного контрольного заходу складає не менше 60% від балів, визначених для цього контрольного заходу, а негативний результат оцінюється в 0 балів. Семестровий контроль проводиться у формі заліку за РСО-1 (першого типу), що передбачає оцінювання заходів поточного контролю з дисципліни впродовж семестру.

Рейтингова оцінка здобувача складається з балів, отриманих здобувачем за результатами заходів поточного контролю, заохочувальних та штрафних балів.

Рейтингова оцінка доводиться до здобувачів на передостанньому занятті з дисципліни в семестрі. 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.

Результати оцінювання висвітлюються у АС «Електронний кампус» на особистій сторінці здобувача (<https://ecampus.kpi.ua>).

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, есе, презентації, наукової статті тощо, проходження онлайн курсів за тематикою дисципліни. Штрафні бали нараховуються за несвоєчасне виконання завдання. Заохочувальні та штрафні бали не входять до основної шкали РСО, а їх максимальна сума складає 5 балів.

Політика дедлайнів та перескладань. МКР складаються лише у призначений день. Якщо контрольні заходи, або виконання завдань пропущені з поважних причин (хвороба або вагомні життєві обставини), надається можливість додатково скласти завдання протягом найближчого тижня. Невиконання завдань, а також порушення термінів їх виконання з неповажних причин не надасть 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.

За темою 2. Медіаменеджмент як особливий напрям управлінської діяльності можуть бути зараховані наступні курси

На платформі PROMETHEUS

- Від комунальних до незалежних медіа: покрокова інструкція для редакторів https://prometheus.org.ua/course/course-v1:COE+MEDIA101+2017_T3 (5 балів)

На платформі ВУМ-онлайн

- Книжковий маркетинг для видавців <HTTPS://VUMONLINE.UA/COURSE/BOOK-MARKETING-FOR-PUBLISHERS-OPEN-COURSE/> (10 балів)

За темою 4. Організація виробництва медійного продукту

На платформі COURSERA

- The Strategy of Content Marketing <https://www.coursera.org/learn/content-marketing> - 10 балів

На платформі Дія по 0,1 кредит за кожний курс (3 бали).

- Цифрова журналістика <https://osvita.diia.gov.ua/courses/digital-journalism> -
- Штучний інтелект у креативних індустріях <https://osvita.diia.gov.ua/courses/artificial-intelligence-in-creative-industries>
- Як стати youtube блогером <https://osvita.diia.gov.ua/courses/youtube>
- Режисер монтажу <https://osvita.diia.gov.ua/courses/video-editor>
- Відеовиробник <https://osvita.diia.gov.ua/courses/video-maker>

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.

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

Рейтингова система оцінювання освітнього компоненту «Управління медійними підприємствами»

Оцінювання передбачає застосування рейтингової системи першого типу згідно Положення про систему оцінювання результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (PCO-1).

Семестровий контроль студента проводять за результатами підсумкового значення рейтингу з дисципліни. Максимальний сумарний рейтинг за курс – 100 балів. Нижня межа позитивного оцінювання кожного контрольного заходу складає 60% від його рейтингового балу.

Контрольні заходи та критерії їх оцінювання:

8.1. Поточний контроль

Доповіді та робота на практичних заняттях – передбачає виконання аналітичних та ситуаційних завдань з презентацією результатів (рейтинговий бал 6, орієнтовна кількість заходів 6, сумарний максимальний бал – 36 балів):

– 6 бали – завдання виконане без помилок у повному обсязі, усі елементи є обґрунтованими та якісно

представленими;

– 5 бали – наявні певні недоліки у підготовці та/або виконанні завдання, які суттєво не впливають на його

результат;

- 4 бали – завдання виконано з певними помилками, що мають вплив на обґрунтування результату;
- 3 бали – виконання завдання містить значні помилки або виконане частково;
- 0 балів – завдання не виконане.

8.2. Домашнє завдання – передбачає виконання завдання з практики управління медіа (видавничого підприємства) до встановленого терміну (рейтинговий бал – 24, кількість заходів – 1, максимальний бал – 24):

24-23 – продемонстровано творчий підхід до розкриття теми, ґрунтовно розкрито кожне питання, проведені коректні розрахунки та обґрунтування

22-20 – повністю розкрито тему, однак в окремих питаннях використані застарілі матеріали або рекомендації не достатньо розкриті, проведені коректні розрахунки та обґрунтування, або робота здана не вчасно;

19-18 балів – тему розкрито з певними недоліками, при підготовці використані застарілі матеріали, розрахунки та обґрунтування містять незначні помилки або робота здана не вчасно;

17-14 балів – тему розкрито з певними недоліками, використані застарілі матеріали, розрахунки та обґрунтування містять суттєві помилки, робота здана не вчасно;

Робота не зараховується, якщо матеріал не відповідає завданню (відсутні відповіді на поставлені запитання), відсутні обґрунтування, пропозиції не відповідають сучасним реаліям, розрахунки є некоректними, наявний плагіат.

8.3. Модульна контрольна робота – виконується під час проведення *другого календарного контролю* (рейтинговий бал – 40, кількість заходів – 1, максимальний бал – 40).

МКР передбачає:

– надання відповіді на аналітичне завдання відкритого типу

- Розрахункове завдання

Рейтинговий бал 20 за кожне завдання, з них

9-10 балів -- повна відповідь (не менше 90% потрібної інформації); коректні розрахунки

7-8 бали -- достатньо повна відповідь (не менше 75% потрібної інформації), або повна відповідь з незначними неточностями; незначні неточності та арифметичні помилки у розрахунках

6 бали -- неповна відповідь (не менше 60% потрібної інформації); недостатньо повні розрахунки, використання обмеженої кількості показників, помилки у розрахунках.

0 балів – не відповідає вимогам на «задовільно», відповідь не надана.

Для отримання „зараховано” з першого календарного контролю (7 тиждень) студент має мати не менше, ніж 10 балів (за умови, якщо на початок 8 тижня згідно з календарним планом контрольних заходів „ідеальний” студент може отримати 18 балів).

Для отримання „зараховано” з другого календарного контролю (13 тиждень) студент має отримати за практичні заняття і домашнє завдання не менше, ніж 32 балів (за умови, якщо на початок 13 тижня згідно з календарним планом контрольних заходів „ідеальний” студент може отримати 54 балів).

Для оцінювання заліку сума рейтингових балів, отриманих студентом протягом семестру переводиться до підсумкової оцінки згідно з таблицею. Якщо сума балів менша за 60, студент виконує залікову контрольну роботу. Мінімальна сума балів для допуску до заліку – 36 балів, обов’язково виконане домашнє завдання з оцінкою не менше 15 балів.

Залікова контрольна робота складається з:

- 1) 40 тестових завдань по 0,5 балів кожне
- 2) 1 теоретичне завдання відкритого типу по 10 балів;
- 3) 2 аналітичних завдання відкритого типу по 15 балів кожне.
- 4) 2 розрахункові завдання по 20 балів відповідно

Критерії оцінювання залікової контрольної роботи:

100-95 балів – повні відповіді на всі питання або є окремі несуттєві неточності;

94-85 балів – присутні неточності в відповідях на теоретичні запитання, є незначні помилки в розрахункових завданнях, або неточності в обґрунтуванні відповіді аналітичного завдання;

84-75 балів – неповні відповіді на теоретичні питання та аналітичне завдання, наявні помилки у розрахунковому завданні;

74-65 балів – неповні відповіді на теоретичні запитання, є суттєві помилки в обґрунтуванні аналітичного завдання або відповідь на нього взагалі відсутня, наявні значні помилки у розрахунковому завданні.

64-60 балів – поверхневі відповіді на теоретичні запитання, є суттєві помилки в обґрунтуванні аналітичного завдання або відповідь на нього взагалі відсутня, наявні значні помилки у розрахунковому завданні або відповідь на нього взагалі відсутня.

Менше 60 балів – відповіді на запитання відсутні, або мають істотні помилки, що засвідчують нерозуміння методики розв'язку розрахункового або виконання аналітичного завдання.

Таблиця відповідності рейтингових балів оцінкам за університетською шкалою:

<i>Кількість балів</i>	<i>Оцінка</i>
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)

Робочу програму навчальної дисципліни (силабус):

Складено доцентом кафедри міжнародного бізнесу і логістики, к.е.н. доц. Сухоруковою Ольгою Аркадіївною

Ухвалено кафедрою кафедри міжнародного бізнесу і логістики (протокол № 1 від 27.08.2025 р.) (зі змінами, протокол №3 від 24.09.2025 р.).

Погоджено Методичною комісією ФММ (протокол № 1 від 29.08.2025р.) (зі змінами, протокол №3 від 07.10.2025 р.).