



# **МАРКЕТИНГОВА АНАЛІТИКА НА ОСНОВІ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ (ПО 2)**

## **Робоча програма навчальної дисципліни (Силабус)**

### **Реквізити навчальної дисципліни**

<b>Рівень вищої освіти</b>	<b>Третій (освітньо-науковий)</b>
<b>Галузь знань</b>	D - Бізнес, адміністрування та право
<b>Спеціальність</b>	D5 Маркетинг
<b>Освітня програма</b>	Маркетинг
<b>Статус дисципліни</b>	Обов'язкова
<b>Форма навчання</b>	Очна (денна/вечірня)
<b>Рік підготовки, семестр</b>	2 курс, 3 семестр
<b>Обсяг дисципліни</b>	4 кредити/120 годин (лекції – 13 год., практичні заняття – 26 год., СР -81 год.)
<b>Семестровий контроль/ контрольні заходи</b>	Екзамен / розрахункова робота, модульна контрольна робота
<b>Розклад занять</b>	Згідно розкладу: <a href="https://schedule.kpi.ua">https://schedule.kpi.ua</a> <a href="http://roz.kpi.ua/">http://roz.kpi.ua/</a>
<b>Мова викладання</b>	Українська
<b>Інформація про керівника курсу / викладачів</b>	Солнцев Сергій Олексійович, завідувач кафедри промислового маркетингу, доктор фізико-математичних наук, професор, e-mail: <a href="mailto:sergy.solntsev@gmail.com">sergy.solntsev@gmail.com</a>
<b>Розміщення курсу</b>	<a href="https://campus.kpi.ua">https://campus.kpi.ua</a> <a href="https://do.ipk.kpi.ua/enrol/index.php?id=4973">https://do.ipk.kpi.ua/enrol/index.php?id=4973</a>

### **Програма навчальної дисципліни**

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

До того, як Інтернет змінив традиційну парадигму маркетингу, менеджери з маркетингу поклалися на багаторічний досвід та управлінську інтуїцію, оскільки було досить складно довести зв'язок купівельної поведінки від проведених маркетингових заходів. Розквіт Інтернету зумовив можливість використання величезного масиву даних. Але «великі дані» без методів та способів їхнього аналізу марні. Завдання отримання деталізованої інформації з "великих даних" про споживачів вирішує маркетингова аналітика. Вона дозволяє досить точно прогнозувати реакції ринку на маркетингові програми, що, безумовно, позначається на ефективності маркетингового управління. Без аналітики важко зрозуміти, куди рухається компанія та чи наближають поточні дії до поставленої мети. Дисципліна узагальнює теоретичні, експериментальні, методичні підходи і сучасну практику в сфері маркетингової аналітики бізнес-структур із застосуванням сучасних інформаційних технологій, а також вдосконалення їх функціонування на основі результатів формалізованого аналізу та прикладного застосування.

Компонента освітньої програми передбачає вивчення методології маркетингової аналітики, інструментарію отримання маркетингової інформації та методів оцінки ефективності маркетингового управління.

**Метою курсу** є формування та розуміння теоретичних, методологічних знань маркетингової аналітики, формування комплексу компетентностей щодо застосування теоретико-методичного апарату і інформаційних технологій як прикладного інструментарію маркетингової аналітики в системі управління бізнес-структурами, розвитку здатностей їх використання у науково-практичній та дослідницько-інноваційній діяльності.

**Предметом курсу** є теорії, концепції, закони, науково-прикладні засади маркетингової аналітики, пов'язані з виявленням, опрацюванням, збереженням та поширенням інформації для аналізу діяльності підприємств та прийняття відповідних управлінських рішень.

**Компетентності**, на формування яких зорієнтована дисципліна:

- **ЗК 01** – здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;
- **ЗК 02** – здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;
- **ФК 03** – здатність застосовувати сучасні методи та інструменти маркетингу, цифрові технології, ресурси та економіко-математичні методи і моделі у науковій та педагогічній діяльності.

**Результати навчання** спрямовані на формування системного мислення, опанування теоретичних знань та розвиток умінь, необхідних для управлінської, освітньої, дослідницько-інноваційної та науково-практичної діяльності, а саме:

- **ПРН 01** – мати передові концептуальні та методологічні знання з маркетингу і дотичних предметних галузей, а також дослідницькі навички, достатні для проведення наукових і прикладних досліджень на рівні останніх світових досягнень з відповідного напрямку, отримання нових знань та/або здійснення інновацій;
- **ПРН 03** – формулювати і перевіряти гіпотези; використовувати для обґрунтування висновків належні докази, зокрема, результати теоретичного аналізу, експериментальних досліджень і математичного та/або комп'ютерного моделювання, наявні літературні дані;
- **ПРН 04** – глибоко розуміти та імплементувати загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій діяльності;
- **ПРН 06** – планувати і виконувати емпіричні та/або теоретичні дослідження з маркетингу та дотичних міждисциплінарних напрямів з використанням сучасних інструментів та дотриманням норм професійної і академічної етики, критично аналізувати результати власних досліджень і результати інших дослідників у контексті усього комплексу сучасних знань щодо досліджуваної проблеми;
- **ПРН 08** – застосовувати сучасні інструменти і технології пошуку, оброблення та аналізу інформації, зокрема методи аналізу даних великого обсягу та/або складної структури, спеціалізовані бази даних та інформаційні системи.

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

Дисципліна базується на дисциплінах: «Філософські засади наукової діяльності: філософська гносеологія та епістемологія» та «Іноземна мова для наукової діяльності: Іноземна мова наукової комунікації», у подальшому забезпечує вивчення дисциплін: «Моделювання економічних систем і процесів» та «Сучасна парадигма маркетингу в умовах глобалізації».

## **3. Зміст навчальної дисципліни**

Тема 1. Сутність та напрямки маркетингової аналітики

Тема 2. Маркетингова інформація

Тема 3. Управління маркетингом на основі аналізу даних (Data-driven Marketing)

Тема 4. Маркетингові метрики в системі оцінки ефективності маркетингового управління

Тема 5. Прогнозна маркетингова аналітика (Predictive Marketing)

#### 4. Навчальні матеріали та ресурси

##### Основна література:

1. Світвуд А. Маркетингова аналітика. Як підкріпити інтуїцію даними / пер. з англ. О. Асташова. Київ : Наш формат, 2019. 152 с.
2. Варенко В.М. Основи аналітики: навч. посіб. Київ : Видавництво Ліра-К, 2022. 248 с.
3. Оксанич А. П., Петренко В. Р., Костенко О. П. Інформаційні системи і технології маркетингу. К. : «Видавничий дім «Професіонал». 2018. 320 с.
4. Методологія дослідження ринку: навчально-методичний комплекс дисципліни [Електронний ресурс] : навч. посіб. для здоб. ступ. доктора філософії за спец. 075 «Маркетинг» / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад.: С. О. Солнцев, О. В. Черненко. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 92 с.
5. Програмне забезпечення маркетингу: навчально-методичний комплекс [Електронний ресурс] : навчальний посібник для здобувачів ступеня бакалавра за спеціальністю 075 «Маркетинг» / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад. О. В. Черненко. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 95 с.

##### Додаткова література:

1. Aljumah A.I., Nuseir M.T., Alam Md.M. Traditional marketing analytics, big data analytics, and big data system quality and the success of new product development. Business Process Management Journal. Emerald. 2021. 27 (4). pp.1108-1125.
2. Banasiewicz, A. D. Marketing database analytics: transforming data for competitive advantage. Routledge. 2013. 376 p.
3. Venkatesan, R., Farris, P.W, Wilcox, R.T. Marketing Analytics: Essential Tools for Data-Driven Decision. University of Virginia Press. 2021. 312 p.
4. Sponder M., Khan G. Digital Analytics for Marketing. Routledge, 2018. 389 p.
5. Kelleher J.D., Brendan Tierney B. Data Science. The MIT Press, 2018. 280 p.
6. Zai S.A.Y. Quantitative Data Analysis. Simply Explained Using SPSS, 2018. 232 p.
7. Дрокіна Н. І., Дарчук В. Г., Крижко О. В. Інструменти бізнес-аналітики для візуалізації маркетингових даних. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 26(1). С. 128-138.
8. Advanced and Predictive Analytics Market Study Excerpt. August 31, 2017 Dresner Advisory Services. URL: <https://www.tibco.com/sites/tibco/files/resources/2017-advanced-and-predictive-excerpt-fortibco.pdf>.
9. Варенко В. Інформаційно-аналітична діяльність: навч. посіб. Київ: Університет «Україна», 2014. 417 с.
10. Solntsev S., Chernenko O. The use of modern information and communication technologies by Ukrainian enterprises-producers of domestic boilers. *Economic&Education. International Scientific Journal*. ISMA University, Riga, 2018. Vol.3, Issue 1. Pp.47–53.

#### Навчальний контент

##### 5. Методика опанування навчальної дисципліни (освітнього компонента)

Вивчення та викладання дисципліни включає: лекції проблемного характеру, практичні заняття із використанням сучасних інформаційно-аналітичних систем, семінарські заняття із залученням практиків, написання розрахункової та модульної контрольної роботи, доповіді з презентаціями, робота з навчально-методичною літературою і інформаційними ресурсами, самостійну роботу здобувачів, консультації викладача.

Під час вивчення матеріалу застосовуються такі основні методи навчання:  
*загальні методи навчання:* контекстний, інтерактивний, проблемного викладу, інформаційно-рецептивний, репродуктивний, проблемно-пошуковий, евристичний.

*спеціальні методи навчання:* діалогові технології, неімітаційні методи навчання, аналітичні та розрахункові завдання, презентації, метод індивідуальних навчально-дослідних завдань під час виконання розрахункової роботи.

Проведення та оцінювання контрольних заходів відбувається у формі дискусійного обговорення та надання відповідей на проблемні питання, виконання аналітичних та розрахункових завдань, виконання модульної контрольної роботи та індивідуального завдання в формі розрахунковою роботи. Підсумкове оцінювання проводиться у формі письмового екзамену.

**Тематика та структурно-логічна побудова курсу (календарний план):**

Тиждень навчання	Тема, що вивчається	Оцінювання
1-2	<b>Тема 1. Сутність та напрямки маркетингової аналітики.</b> Місце маркетингової аналітики в ухваленні ефективних маркетингових рішень. Маркетингові задачі маркетингової аналітики: оптимальне розподілення ресурсів, визначення цінової стратегії максимізації прибутку, прогнози майбутніх продажів, визначення цінності клієнта, прогнозування продажів нових товарів, ефективність реклами, ідентифікація цільового споживача в Інтернеті та соціальних мережах тощо.	1 лекція, 2 практичних заняття Опитування, оцінювання виконання аналітичних завдань.
3-4	<b>Тема 2. Маркетингова інформація</b> Дані, інформація та знання в процесах прийняття рішень. Маркетингова інформаційна система. Підсистема аналізу даних. Застосування програмного забезпечення в маркетинговій діяльності.	1 лекція, 2 практичних заняття Опитування, оцінювання виконання аналітичних завдань.
5-6	<b>Тема 3. Управління маркетингом на основі аналізу даних (Data-driven Marketing)</b> Аналітика маркетингових баз даних: перетворення даних в конкурентні переваги. Створення та редагування даних в SPSS. Можливості SPSS в аналізі даних. Приклади деяких основних задач маркетингової аналітики, що вирішуються за допомогою SPSS.	1 лекція, 2 практичних заняття Опитування, оцінювання виконання розрахункових завдань та модульної контрольної роботи.
7-8	<b>Тема 4. Маркетингові метрики в системі оцінки ефективності маркетингового управління.</b> Маркетингові показники: можливості, ефективність та відповідальність. Рентабельність маркетингового управління (ROMI). Приклади обчислення основних маркетингових метрик.	1 лекція, 2 практичних заняття Опитування, оцінювання виконання аналітичних завдань.
9-13	<b>Тема 5. Прогнозна маркетингова аналітика (Predictive Marketing).</b> Процес прогнозової аналітики. Збір, очищення та підготовка даних до аналізу. Генерація та вилучення ознак. Загальна цінність клієнта (Customer Lifetime Value). Реалізація в SPSS статистичних інструментів прогнозування. Процедури кластеризації для прогнозування	2,5 лекції, 5 практичних занять Опитування, оцінювання виконання аналітичних і розрахункових завдань. Презентація та захист результатів виконаної розрахункової роботи.

	поведінки споживачів. Кластери на основі продуктів, брендів, поведінки споживачів. Кластерний аналіз в SPSS для сегментування споживачів. Регресійний аналіз в SPSS для прогнозування поведінки споживачів.	
	Семестровий контроль (сесія, за розкладом)	Письмовий екзамен

## 6. Самостійна робота здобувача

Самостійна робота здобувача передбачена у вигляді більш глибокого опрацювання теоретичних матеріалів лекцій, виконання практичних завдань, підготовки до модульної контрольної роботи, виконання розрахункової роботи, підготовки до складання екзамену.

№ з/п	Самостійна робота здобувачів	Кількість годин СРЗ
1	Підготовка до опитування, аналітичних і навчально-дослідних завдань на аудиторних заняттях.	30
2	Підготовка до написання модульної контрольної роботи	6
3	Виконання розрахункової роботи	15
4	Підготовка до екзамену	30
Усього		81

## Політика та контроль

### 7. Політика дисципліни

**Правила відвідування занять.** Здобувачі вищої освіти зобов'язані відвідувати навчальні заняття передбачені графіком освітнього процесу (Правила внутрішнього розпорядку Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (п. 9.4. <https://kpi.ua/admin-rule>). Присутність або відсутність здобувача на навчальному занятті шляхом нарахування або зниження балів не оцінюється.

**Дистанційний режим навчання.** У разі запровадження обмежень на відвідування університету, пов'язаних з введенням карантину або режиму воєнного стану в державі, освітній процес здійснюється 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-distantiynomu-rezhimi>) та Регламенту проведення семестрового контролю в дистанційному режимі (<https://osvita.kpi.ua/node/148>). У режимі дистанційного навчання заняття відбуваються у вигляді онлайн-конференції на платформі Zoom або Meet. Результати оцінювання висвітлюють у АС «Електронний кампус» на особистій сторінці здобувача (<https://ecampus.kpi.ua>).

**Правила поведінки на заняттях.** На заняттях слід дотримуватись норм етичної поведінки визначених у Кодексі честі Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (<https://kpi.ua/code>). На території університету здобувачі мають поводити себе відповідно до Правил внутрішнього розпорядку (<https://kpi.ua/admin-rule>). В аудиторіях на лекційних та практичних заняттях, а також під час проведення занять у формі відеоконференції, користуватись мобільним телефоном потрібно у беззвучному режимі і тільки для пошуку необхідної для виконання завдань інформації, у т.ч. в інтернеті. Під час дистанційного режиму навчання слід використовувати інформацію розміщену на Платформі дистанційного навчання «Сікорський» / Електронний кампус. Активність, опрацювання та підготовка аналітичних матеріалів за результатами опрацювання лекційного матеріалу, аналітичних доповідей та навчально-дослідних завдань є запорукою успішного освоєння матеріалу та формування відповідних програмних результатів.

**Позааудиторні заняття та залучення професіоналів-практиків.** Під час вивчення дисципліни можливі позааудиторні заняття, що включають відвідування науково-практичних заходів, лекторів, тренінгів в межах тематики дисципліни. Для опанування і поглиблення практичних навичок для спільного проведення занять можуть бути запрошені професіонали-практики (стейкхолдери).

**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.

**Правила захисту індивідуальних завдань.** Індивідуальним завданням з курсу є розрахункова робота. Вона виконується протягом семестру згідно методичних рекомендацій. Перевірка розрахункової роботи здійснюється згідно РСО. Представлення результатів відбувається на останньому практичному занятті семестру у вигляді стислої доповіді за виконаним завданням, та відповідей на запитання. Максимальні бали отримуються у разі правильного виконання усіх завдань розрахункової роботи, наявності аналітичних обґрунтувань та змістовних висновків щодо отриманих результатів. Розрахункова робота може бути відхилена викладачем, у разі надання на перевірку з порушенням термінів виконання, наявних суттєвих зауважень до результатів, оформлення.

**Правила призначення заохочувальних та штрафних балів.** Заохочувальні бали, які не входять до загальної шкали оцінювання можуть бути отримані за участь у олімпіадах, конференціях, конкурсах наукових робіт, підготовка оглядів наукових праць чи наукових публікацій. Сума заохочувальних балів складає 10 балів, при цьому загальний рейтинговий бал здобувача не може перевищувати 100 балів.

**Політика оцінювання контрольних заходів.** Оцінювання контрольних заходів здійснюється згідно з Положення про систему оцінювання результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/node/37>), Положення про поточний, календарний та семестровий контролі результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/32>). Нижня межа позитивного оцінювання результату кожного контрольного заходу має бути не менше 60 % від максимальної кількості рейтингових балів, визначених для цього виду заходу, а негативний результат оцінюється у 0 балів.

РСО доводиться до відома здобувачів на першому навчальному занятті з навчальної дисципліни та не змінюється впродовж її вивчення, крім випадків перегляду рейтингової системи оцінювання впродовж семестру згідно Положення про систему оцінювання результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (п.7) (<https://osvita.kpi.ua/node/37>)

Поточний контроль проводиться як оцінювання результатів навчання здобувачів на основі поопераційного контролю та накопичення рейтингових балів за виконання завдань у процесі навчання відповідно до РСО. Непроходження заходу поточного контролю в синхронному режимі без поважних причин оцінюється у 0 балів. Заходи поточного контролю можуть відбуватися: у синхронному режимі (МКР, робота на практичних заняттях, тестування); в асинхронному режимі (виконання індивідуального семестрового завдання. Під час виконання завдань накопичуються бали стартової складової РСО, що становить 60 балів (верхня межа). Стартові бали формуються як сума балів, отриманих за результатами заходів поточного контролю та заохочувальних балів.

Календарний контроль проводиться двічі на семестр за встановленими в РСО критеріями оцінювання та результатами заходів поточного контролю. Умовою отримання позитивної оцінки з календарного контролю з навчальної дисципліни є значення поточного рейтингу здобувача не менше, ніж 50 % від максимально можливого на час проведення такого контролю.

Семестровий контроль проводиться у формі екзамену за РСО-2 “жорстка”, що передбачає оцінювання результатів виконання екзаменаційних завдань, сума балів за які складає 40 балів (верхня межа). До відомості семестрового контролю викладач вносить підсумкову рейтингову

оцінку, що складається з суми стартових балів та балів за результатами екзамену, або стартові бали і відмітку «не допущено» (невиконання умов допуску до семестрового контролю), «усунено» (порушення принципів академічної доброчесності або морально-етичних норм поведінки), «не з'явився» (здобувач, був допущений, але не з'явився на екзамен).

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

**Політика дедлайнів та перескладань.** Модульну контрольну роботу складають лише у призначений день, визначений структурно-логічною побудовою курсу. 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 є причиною відсутності балів за ці контрольні заходи. 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>). Здобувач/здобувачка, у якого/якої за результатами семестрового контролю виникла академічна заборгованість, має право її ліквідувати відповідно до Положення про надання додаткових освітніх послуг здобувачам вищої освіти в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/index.php/node/177>).

**Процедура 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>).

**Політика щодо академічної доброчесності.** Обов'язковою умовою виконання завдань з освітньої компоненти є дотримання політики та принципів академічної доброчесності (<https://kpi.ua/academic-integrity>), які, у тому числі, викладено у Кодексі честі Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (<https://kpi.ua/code>), Положенні про систему запобігання академічному плагіату в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/node/47>). У разі виявлення дублювання робіт, плагіату роботи здобувачі отримують нульовий рейтинг. У разі виявлення неналежних посилань за результатами перевірки на наявність запозичень, індивідуальні завдання не оцінюються і повертаються здобувачу/здобувачці на доопрацювання.

**Політика використання штучного інтелекту.** Використання штучного інтелекту (далі, ШІ) 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 ШІ для автоматичної генерації відповідей без подальшого їх аналізу та доопрацювання заборонено. Здобувачам не рекомендується покладатися на ШІ як на єдине джерело інформації. Важливо перевіряти та аналізувати отримані дані з інших авторитетних джерел. Усі випадки використання ШІ для виконання завдань мають бути чітко вказані та задокументовані. Це стосується як використання текстових генераторів, так й інших інструментів ШІ. Використання ШІ 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 (PCO-2 - “жостка”) згідно Положення про систему оцінювання результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/node/37>). Максимальний сумарний рейтинг за курс – 100 балів. Нижня межа позитивного оцінювання кожного контрольного заходу складає 60% від його рейтингового балу.

1. Стартові бали (max 60 балів):

– відповіді на практичних заняттях (опитування);

- опрацювання аналітичних, ситуаційних та творчих завдань;
  - написання та захист доповідей;
  - виконання кейсів;
  - виконання та представлення отриманих результатів розрахункової роботи;
  - модульна контрольна робота;
2. Екзамен (має 40 балів).

### **8.1. Поточний контроль**

#### **8.1.1. Робота на практичних заняттях (має 20 балів)**

На практичних заняттях здобувачі обговорюють з викладачем та виконують практичні завдання (відповіді на запитання з теми лекції, участь в дискусіях, у тому числі за результатами опрацювання кейсів, обговорення, вирішення ситуаційних завдань, робота у малих групах з презентацією результатів, тестування). Ваговий бал 2 бали. Усього здається десять робіт. Максимальна кількість балів на практичних заняттях дорівнює  $2 \times 10 = 20$  балів.

Розрахунок балів за одну роботу:

- 2 бали - активна робота, повні відповіді під час опитування або завдання виконано повністю, аналіз проведено глибоко та відповідно до вимог, висновки логічні й обґрунтовані. Всі методики застосовані коректно, помилок немає;
- 1 бал - робота з доповненням до відповідей інших здобувачів або завдання виконано частково. Висновки недостатньо обґрунтовані або нелогічні, наявні суттєві помилки в розрахунках і методиках;
- 0 балів - пасивність або завдання не виконано або виконано неправильно, аналіз і висновки відсутні або повністю некоректні.

#### **8.1.2. Модульна контрольна робота (має 10 балів).**

МКР (2 частини, кожна – має 5 балів) включає: 1) тестові завдання (8 тестів по 0,5 балів кожний та тестове ситуаційне завдання – 1 бал).

Розрахунок балів за одну контрольну роботу:

- 5 балів – виконано тестові завдання та тестово-ситуаційне завдання правильно;
- 4 бали – тестові завдання виконано з 1 помилкою та ситуаційне завдання правильно;
- 3 бали – виконано не всі тестові завдання правильно та ситуаційне завдання правильно;
- 2 бали – при виконанні тестових завдань допущено помилки та відповідь на ситуаційне завдання є не правильною;
- 0 балів – завдання контрольної роботи не виконані, або виконані неправильно

#### **8.1.3. Індивідуальне завдання / розрахункова робота (має 30 балів).**

- 30 балів - розрахункову роботу виконано у повному обсязі з належним аналізом та обґрунтуванням отриманих даних;
- 27-29 балів - розрахункову роботу виконано у повному обсязі з незначними помилками, які суттєво не впливають на її результат;
- 23-26 балів - розрахункову роботу виконано з помилками, які мають вплив на її результат, обґрунтування та висновки;
- 18-22 балів - розрахункову роботу виконано не у повному обсязі, є грубі помилки у розрахунках, отримані дані не обґрунтовано;
- 0 балів - розрахункову роботу не зараховано, наявний плагіат, дублювання з іншими роботами або розрахункову роботу не виконано

### **8.2. Календарний контроль.**

Календарний контроль проводиться двічі на семестр.

1 календарний контроль - умова отримання атестації: поточний рейтинг здобувача не менше, ніж 50 % від максимально можливого на час проведення контролю. Складено модульну контрольну роботу – частину 1, отримано завдання з розрахункової роботи

2 календарний контроль - умова отримання атестації: поточний рейтинг здобувача не менше, ніж 50 % від максимально можливого на час проведення контролю. Складено модульну контрольну роботу – частину 2.

### 8.3. Семестровий контроль (екзамен) (max 40 балів)

РСО складається з двох складових: стартової – для оцінювання заходів поточного контролю; екзаменаційної – для оцінювання екзамену.

Умовами допуску здобувача до семестрового контролю є: відсутність заборгованостей з індивідуального семестрового завдання – розрахункової роботи, а також отримання мінімальної кількості рейтингових балів не менше - 36 балів.

Екзаменаційний білет містить два завдання, які оцінюються у 40 балів: 1 теоретичне питання (20 балів), тестові завдання (20 балів).

Розрахунок балів за виконання завдань екзаменаційного білету:

- теоретичні питання (1 питання) має на меті виявити рівень знання матеріалу в цілому:

- 10 балів відповідь на питання викладено правильно, всебічно, безпомилково і логічно;
- 8-9 балів відповідь на питання викладено не достатньо повно, проте основні аспекти розкрито;
- 6-7 балів відповідь не розкриває ключових елементів у викладі, здебільшого ґрунтується на власних припущеннях або розмірковуваннях, а не знанні матеріалу;
- 0 балів не має 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:

- 1 бал відповідь вірна;
- 0 балів відповідь не вірна

Максимальний бал за курс – 100 балів.

Згідно Регламенту проведення семестрового контролю в дистанційному режимі КПШ ім. Ігоря Сікорського <https://osvita.kpi.ua/node/148>: за рішенням кафедри для окремих освітніх компонентів, для яких семестровий контроль передбачений у формі екзамену, у разі, якщо заходи поточного контролю дозволяють однозначно визначити рівень набуття передбачених навчальною програмою компетентностей, допускається виставлення підсумкової оцінки за екзамен шляхом пропорційного перерахунку семестрових оцінок у підсумкову оцінку «автоматом» за 100-бальною шкалою, але у цьому разі обов'язковим залишається виконання здобувачем умов допуску до екзамену.

Розрахунок шкали (R) рейтингу

Рейтингова шкала з дисципліни складає:

$$R = RC + RE = 60 + 40 = 100 \text{ балів.}$$

Максимальна сума балів стартового рейтингу дорівнює 60:

$$RC = 20 + 10 + 30 = 60 \text{ балів.}$$

Відповідність рейтингових балів оцінкам за університетською шкалою:

Рейтингова оцінка здобувача (бали)	Університетська шкала оцінок рівня здобутих компетентностей (результатів навчання)
95...100	Відмінно
85...94	Дуже добре
75...84	Добре
65...74	Задовільно
60...64	Достатньо
Менше 60	Незадовільно

Відмітки у відомості семестрового контролю, у разі не виконання визначених умов складання семестрового контролю:

Відмітка	Пояснення
Не допущено	Невиконання умов допуску до семестрового контролю
Усунено	Порушення принципів академічної доброчесності або морально-етичних норм поведінки
Не з'явився	Здобувач, був допущений, але не з'явився на екзамен

### **9. Додаткова інформація з кредитного модулю**

Докладний перелік питань, які виносяться на семестровий контроль, представлений у дистанційному курсі дисципліни.

#### **Робочу програму кредитного модуля (силабус):**

**Складено** Доцентом кафедри промислового маркетингу, к.е.н., Стадніченком Вадимом Володимировичем.

**Ухвалено** кафедрою промислового маркетингу (протокол №20 від 27.06.2025).

**Погоджено** методичною комісією факультету менеджменту та маркетингу (№11 від 30.06.2025 р.).