



ДІАЛЕКТИКА РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ АНТАГОНІЗМУ ЛОКАЛІЗАЦІЇ-ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Робоча програма навчальної дисципліни (Силабус)

Реквізити навчальної дисципліни

Рівень вищої освіти	<i>Третій (освітньо-науковий)</i>
Галузь знань	<i>D Бізнес, адміністрування та право</i>
Спеціальність	<i>D 5 Маркетинг</i>
Освітня програма	<i>Промисловий маркетинг</i>
Статус дисципліни	<i>Вибіркова</i>
Форма навчання	<i>Очна (денна, вечірня)</i>
Рік підготовки, семестр	<i>2 курс, 4 семестр</i>
Обсяг дисципліни	<i>5 кредитів/150 годин (лекції – 14 г., практичні заняття – 28 г., СР -106 г.)</i>
Семестровий контроль/ контрольні заходи	<i>Екзамен/ розрахункова робота / модульна контрольна робота</i>
Розклад занять	<i>Згідно розкладу: https://schedule.kpi.ua</i>
Мова викладання	<i>Українська</i>
Інформація про керівника курсу / викладачів	<i>Лектор: кандидат економічних наук, професор, професор кафедри промислового маркетингу Зозульов Олександр Вікторович, контактні дані: (044) 204-98-62 o.zozulyov@kpi.ua Практичні / Семінарські: кандидат економічних наук, професор, професор кафедри промислового маркетингу Зозульов Олександр Вікторович, контактні дані: (044) 204-98-62 o.zozulyov@kpi.ua</i>
Розміщення курсу	<i>https://classroom.google.com/</i>

Програма навчальної дисципліни

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

Основне призначення кредитного модулю - надати здобувачам знання щодо особливостей маркетингової діяльності в умовах глобалізації, аналізу, планування та розробки маркетингових стратегій для глобальних та регіональних ринків. Під час вивчення курсу здобувачі отримують уявлення щодо концепції міжнародної маркетингової діяльності, впливу сучасних глобальних процесів на підприємства та способів реагування на ринкові фактори.

Мета курсу:

Метою курсу є поглиблене вивчення основних принципів і методів формування маркетингових процесів в умовах глобалізації-локалізації. При вивченні дисципліни значна увага приділяється набуванню здобувачами практичних навичок роботи з різними ринками.

Предмет курсу:

Призначення дисципліни: сформулювати поняття щодо розробки, проведення та оцінки маркетингових стратегій для регіональних, глобальних та локальних ринків. Здобуті навички здобувач зможе ефективно адаптувати до підприємства в умовах як локалізації так і глобалізації.

Компетентності, на формування яких зорієнтована дисципліна

- здатність до критичного осмислення, систематизації та узагальнення теоретико-методологічних засад еволюції маркетингу, дослідження діалектичних закономірностей його розвитку, виявлення суперечностей, взаємозв'язків і взаємозалежностей між процесами глобалізації та локалізації, формування науково обґрунтованих висновків щодо трансформації маркетингових концепцій, парадигм і моделей в умовах динамічних змін глобального та локальних ринкових середовищ;
- здатність до вирішення складних науково-прикладних проблем розвитку маркетингової діяльності в умовах суперечливої взаємодії глобалізаційних і локалізаційних процесів на основі застосування системного, діалектичного, інституційного та міждисциплінарного підходів, аналізу соціально-економічних, технологічних, культурних і геополітичних чинників, розроблення концептуальних моделей адаптації маркетингових систем до трансформацій міжнародного та національного бізнес-середовища;
- здатність здійснювати комплексний аналіз тенденцій, закономірностей і суперечностей розвитку маркетингу в глобальному та локальному вимірах, критично оцінювати можливості й обмеження стандартизації та адаптації маркетингової діяльності, обґрунтовувати стратегічні альтернативи розвитку маркетингових систем, формувати науково-методичні підходи до забезпечення балансу глобальної інтеграції та локальної диференціації для підвищення конкурентоспроможності, стійкості й сталого розвитку бізнес-структур.

Результати навчання спрямовані на формування системного, критичного та діалектичного мислення, поглиблення теоретико-методологічних знань і розвиток дослідницьких, аналітичних та практичних умінь і навичок, необхідних для здійснення наукової, освітньої, дослідницько-інноваційної та науково-практичної діяльності у сфері маркетингу, а саме:

- застосовувати сучасні наукові підходи, методи та інструменти дослідження еволюції маркетингових концепцій і закономірностей розвитку маркетингу, здійснювати критичний аналіз процесів глобалізації та локалізації, виявляти діалектичні суперечності, причинно-наслідкові зв'язки та чинники трансформації маркетингових систем, використовувати міждисциплінарний і системний підходи для формування науково обґрунтованих висновків щодо тенденцій розвитку маркетингу в умовах глобальних і локальних викликів;
- формувати системне уявлення про діалектичну природу розвитку маркетингу, розуміти закономірності взаємодії глобалізаційних і локалізаційних процесів та їх вплив на трансформацію маркетингових парадигм, концепцій і стратегій, критично оцінювати соціально-економічні, технологічні, інституційні, культурні та геополітичні чинники розвитку маркетингового середовища, обґрунтовувати можливості поєднання глобальної стандартизації та локальної адаптації маркетингової діяльності;
- застосовувати методологічний інструментарій аналізу, моделювання та прогнозування розвитку маркетингових систем в умовах суперечливої взаємодії глобальних і локальних тенденцій, розробляти концептуальні моделі та науково-методичні підходи до формування маркетингових стратегій з урахуванням принципів глобалізації, оцінювати стратегічні альтернативи адаптації бізнес-структур до трансформацій ринкового середовища, обґрунтовувати управлінські рішення щодо забезпечення конкурентоспроможності, стійкості та сталого розвитку на глобальних і локальних ринках.

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

Передумовою вивчення навчальної дисципліни є отримання другого (магістерського) освітнього рівня.

3. Зміст навчальної дисципліни

Тема-1. Сучасна парадигма розвитку міжнародного маркетингу.

Тема-2. Глобалізаційні процеси та їх вплив на маркетингову діяльність.

Тема-3. Маркетингова діяльність в умовах сучасної системи міжнародних економічних відносин.

Тема-4. Сучасне маркетингове середовище промислово виробничого підприємства (мега-, мезо-, мікросередовище).

Тема-5. Державний маркетинг в умовах глобалізаційних процесів.

Тема-6. Особливості маркетингу в транснаціональних та міжнародних компаніях.

Тема-7. Локальний і регіональний маркетинг в умовах глобалізації.

Тема-8. Брендинг в умовах локалізації-глобалізації

4. Навчальні матеріали та ресурси

Базова література:

1. Зозульов О. В., Гавриш Ю. О., Царьова Т. О. Фундаментальний маркетинг. Конспект лекцій : навч. посіб. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2024. 347 с.
2. Зозульов О. В., Царьова Т. О. Промисловий маркетинг. Конспект лекцій : навч. посіб. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2026. 956 с.
3. Зозульов О. В., Царьова Т. О. Наукові дослідження в маркетингу. Конспект лекцій : навч. посіб. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2025. 270 с.
4. Гриценко А. А. (за ред.). Економічні суперечності глобалізації та локалізації: форми руху і розв'язання : колективна монографія. Київ : ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України», ДННУ «Академія фінансового управління», 2024. 588 с. ISBN 978-617-14-0269-0.
5. Гаврилко П. П., Колодійчук А. В., Молнар О. С. та ін. Міжнародний маркетинг : підручник. Львів, 2024. 193 с.

Додаткова література:

6. Удріс-Бородавко Н. Глокальний дизайн як міждисциплінарна модель проєктної діяльності. Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну. 2024. DOI:
7. Немєчева М. А. Глобалізація і регіоналізація: співвідношення понять і тенденцій світового розвитку. Актуальні проблеми сучасних міжнародних відносин : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції, 17–18 листопада 2023 р. Дніпро : ПрінтДім, 2023. С. 39–43.
8. Бойко О. В. Міжнародний маркетинг : методичні вказівки до практичних занять. Луцьк : ЛНТУ, 2024. 56 с.
9. Кіріліна М. А. Маркетингова діяльність під впливом методів стандартизації: переваги та недоліки. Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. 2024.
10. Осіпова Л. Глобалізація та регіоналізація: взаємодія, виклики та перспективи для сучасної світової економіки. Економічний простір. 2025.

Навчальний контент

5. Методика опанування навчальної дисципліни (освітнього компонента)

Лекції, практичні заняття, написання модульної контрольної роботи, розв'язання конкретних ситуацій, дискусії, презентації, розрахункова робота. Під час вивчення матеріалу застосовуються такі методи активного навчання:

1) особистісно-орієнтовані технології, засновані на активних формах в методах навчання: мозковий штурм, розв'язання кейсів, інтерактивне спілкування.

2) методи проблемного навчання (проблемний виклад матеріалу), частково пошукові завдання, аналітичні доповіді та аналіз окремих ситуацій;

3) інформаційно-комунікаційні технології, що забезпечують проблемно-дослідницький характер процесу навчання та активізацію самостійної роботи здобувачів (електронні презентації для лекційних занять, використання аудіо-, відео-підтримки навчальних занять у межах дистанційного курсу).

Самостійна робота здобувача включає як самостійне опрацювання деяких питань тем курсу, підготовку до МКР, а також написання розрахункової роботи.

Підсумковий контроль здійснюється у формі екзамену.

Нижче також наведена тематика та структурно-логічна побудова курсу:

Тиждень навчання	Тема, що вивчається	Оцінювання
1-2	Сучасна парадигма розвитку міжнародного маркетингу.	Лекції, практики, аналітична доповідь
3-4	Глобалізаційні процеси та їх вплив на маркетингову діяльність.	Лекції, практики, аналітична доповідь
5-6	Маркетингова діяльність в умовах сучасної системи міжнародних економічних відносин.	Лекції, практики, кейс

7-8	Сучасне маркетингове середовище промислово виробничого підприємства (мега-, мезо-, мікросередовище).	Лекції, практики, аналітична доповідь
9-10	Державний маркетинг в умовах глобалізаційних процесів.	Лекції, практики, аналітична доповідь
11-12	Особливості маркетингу в транснаціональних та міжнародних компаніях.	Лекції, практики, аналітична доповідь
13-14	Локальний і регіональний маркетинг в умовах глобалізації.	Розрахункова робота
15	Брендинг в умовах локалізації-глобалізації	Лекції, практики, кейс завдання аналітична доповідь
	Підсумкова атестація (залік)	Залік

6. Самостійна робота здобувача

Самостійна робота здобувачів передбачена у вигляді підготовки до лекційних та практичних занять. Самостійна робота є необхідною для більш глибокого оволодіння та самостійного опрацювання теоретичних матеріалів. Також самостійна робота здобувача включає в себе написання розрахункової роботи з її публічним захистом на практичному занятті.

№ з/п	Назва теми, що вноситься на самостійне опрацювання	К-ть год. СРС
1	Тема 1. Сучасна парадигма розвитку міжнародного маркетингу. Історична ретроспектива розвитку маркетингу	8
2	Тема 2. Глобалізаційні процеси та їх вплив на маркетингову діяльність. Оцінка ретроспективи глобальних процесів	7
3	Тема 3. Маркетингова діяльність в умовах сучасної системи міжнародних економічних відносин. Тенденції та динаміка їх розвитку в Україні та світі.	7
4	Тема 4. Сучасне маркетингове середовище промислово виробничого підприємства (мега-, мезо-, мікросередовище). Конкретизація інструментів аналізу макросередовища	7
5	Тема 5. Державний маркетинг в умовах глобалізаційних процесів. Ключові тенденції та характеристики	7
6	Тема 6. Особливості маркетингу в транснаціональних та міжнародних компаніях Поясніть принцип застосування позиціонування для визначення аргументації, яка підтверджує переваги при роботі з ТНК	7
7	Тема 7. Локальний і регіональний маркетинг в умовах глобалізації. Загальна характеристика особливостей маркетингу	6
8	Тема 8. Брендінг в умовах локалізації-глобалізації Аналіз міжнародного брендінгу	6
12	Розрахункова робота	15
13	Модульна контрольна робота	6
14	Екзамен	30
	Всього	106

Політика та контроль

7. Політика навчальної дисципліни (освітнього компонента)

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-distantsynomu-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. Індивідуальне завдання з ОК навчальним планом не передбачено.

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 контроль 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 50 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 максимального 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 50 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 (РСО)

Контрольні заходи та критерії їх оцінювання:

Оцінювання передбачає застосування рейтингової системи другого типу згідно Положення про систему оцінювання результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (РСО-2) (<https://osvita.kpi.ua/node/37>).

Розмір стартової складової дорівнює 50 балів, екзаменаційної складової – 50 балів. Максимальний сумарний рейтинг за курс – 100 балів. Нижня межа позитивного оцінювання кожного контрольного заходу складає 60% від його рейтингового балу.

Контрольні заходи:

- відповіді на практичних заняттях з лекційного матеріалу (опитування) та участь у дискусії за результатами опрацювання аналітичних завдань, проблемних ситуацій;
- модульна контрольна робота;
- розрахункова робота
- екзамен.

Критерії нарахування балів заходів поточного контролю:

1. *Відповіді на практичних заняттях:* відповіді на запитання з теми лекції, участь в дискусіях, обговореннях проблемних ситуацій, відповіді на аналітичні завдання, вирішення розрахункових завдань, під час усного опитування (4 відповіді – max 20 балів). *Розрахунок за одну відповідь:*

- 5 балів – Активна робота, повні відповіді під час опитування
 3-4 бали – Робота з доповненням до відповідей інших здобувачів
 0 балів – Пасивність

2. Модульна контрольна робота: модульна контрольна робота складається з: теоретичного питання (одне питання 2 бали), тестових завдань (5 тестів, 1 бал кожний); аналітичного завдання (3 бали). (max 10 балів)

Розрахунок балів за модульну контрольну роботу:

- 9-10 балів – 1) викладено питання всебічно, безпомилково і логічно;
 2) виконано тестові завдання правильно;
 3) аналітичне завдання виконане правильно, результати обґрунтовані
 7-8 балів – 1) викладено питання безпомилково, достатньо повно і без ознак плагіату;
 2) тестові завдання виконано з 2 помилками;
 3) витримано логіку вирішення аналітичного завдання, але припущено несуттєвих помилок
 6 балів – 1) викладено питання не повністю, основні аспекти розкрито;
 2) виконано не всі тестові завдання правильно;
 3) допущено помилки при виконанні аналітичного завдання, відповідь не обґрунтована, завдання виконане на основі припущень
 0 балів – Завдання контрольної роботи не виконані, або виконані неправильно

3. Виконання розрахункової роботи виконується за наданим завданням. Максимальні бали отримуються у разі дотримання доброчесності, наявності узагальнень, аналітичних обґрунтувань, обов'язковими висновками. (max 20 балів).

Розрахунок балів за виконання розрахункової роботи:

- 19-20 балів – Присутній творчий підхід до розкриття теми, розкриття теми глибоке, відображена власна наукова позиція
 17-18 балів – Глибоке розкриття теми, однак власна наукова позиція відображена не досить обґрунтовано
 15-16 балів – Розкриття теми обґрунтовано з певними недоліками, опрацьований матеріал та літературні джерела є недостатніми для глибоко розкриття теми
 12-14 балів – Завдання виконане, однак тему розкрито не достатньо глибоко, власна наукова позиція не відображена, відсутні власні висновки та обґрунтування
 0 балів – Реферат не зараховано, наявний плагіат, тему не розкрито

Критерії нарахування балів семестрового контролю (письмовий екзамен):

Умовою допуску до складання підсумкового екзамену є стартовий рейтинг (п. 1-3) не менше 30 балів.

Білет екзаменаційної роботи складається з трьох частин (max 50 балів):

- теоретичні питання (2 питання по 10 балів) мають на меті виявити рівень знання матеріалу в цілому:
 9-10 балів – Відповідь на питання викладено правильно, всебічно, безпомилково і логічно
 7-8 балів – Відповідь на питання викладено не достатньо повно, проте основні аспекти розкрито
 6 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 (10 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
 – аналітичне завдання. Передбачає виконання одного завдання:
 – Продемонстровано знання матеріалу і вдало його застосовано для аналізу та
 19-20 балів доведення аналітичного завдання, наведено висновки з застосуванням набутих знань та вмінь
 15-18 балів – Аналітичне завдання пояснене вірно, логічно, однак не наведено висновків за результатами або допущено помилки у твердженнях, поясненнях або доведенні
 12-14 балів – Аналітичне завдання виконане, але визначене рішення не містить чітких обґрунтувань
 0 балів – Відповідних набутих навичкам пройденому курсу
 0 балів – Завдання не виконано

Відповідність рейтингових балів оцінкам за університетською шкалою:

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)

З докладним переліком питань, які виносяться на семестровий контроль представлений у дистанційному курсі дисципліни.

Робочу програму навчальної дисципліни (силабус):

Складено кандидатом економічних наук, професором, професором кафедри промислового маркетингу Зозульовим Олександром Вікторовичем.

Ухвалено кафедрою промислового маркетингу (протокол № 24 від 05.06.2026 р.)

Погоджено Методичною комісією факультету менеджменту та маркетингу (протокол №11 від 16.06.2026 р.)