

**РОБОЧИЙ РЕГЛАМЕНТ**  
**МОДУЛЬНО-РЕЙТИНГОВОГО КОНТРОЛЮ І ОЦІНЮВАННЯ**  
**СТУДЕНТІВ, ЯКІ НАВЧАЮТЬСЯ ЗА ІНДИВІДУАЛЬНИМ**  
**ГРАФІКОМ**  
**З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Методологія наукових досліджень»**  
**СПЕЦІАЛЬНІСТЬ «Маркетинг»**  
**на 2016/2017 навч.р.**

1. **Структура навчальної дисципліни:** загальний обсяг 120 год. / 4 кред.; лк. – 32 год. /16; пр. –16 год./8; іспит, курсова робота.
2. **Організація навчального процесу:** семестрів викладання – 1; модульних циклів – 2.
3. **Шкала оцінювання з навчальної дисципліни: R=100 балів, з них:**

Рейтингові бали за семестр	<b>40 балів – індивідуальні завдання</b> <b>20 балів – модульні контролю</b>
Іспит	<b>40 балів</b>
Курсова робота	<b>100 балів</b>

4. **Розподіл рейтингових балів за видами навчальної роботи:**
  - 4.1. *Індивідуальне завдання* – максимально 40 балів (при позитивному оцінюванні від 24 до 40 балів).
  - 4.2. *Виконання та захист курсової роботи* – при позитивному оцінюванні від 60 до 100 балів (захист відбувається у 2-му модульному циклі). При оцінюванні курсової роботи після завершення 2-го модульного циклу залікова кількість балів зменшується на 25%.
  - 4.3. *Складання комплексних письмових модульних контролів* – всього 20 (10\*2) балів (один у кожному модульному циклі, шкала оцінювання кожного від 6 до 10 б.).

**5. Підсумок рейтингових балів за мод. циклами** (при позитивному оцінюванні):

**1-ий модульний цикл:** (модульний контроль) – максимально – 10 балів (від 6 ... до 10 балів);

**2-ий модульний цикл:** (індивідуальне завдання; модульний контроль):  
40+10=50 (від 30 ... до 50 балів)

**6. Умови ліквідації заборгованостей з поточної роботи:** відпрацювання пропущених практичних занять, перескладання підсумкового модульного контролю студентами, які отримали рейтинговий бал за модульний цикл, що відповідає незадовільній оцінці (менше зазначеної в п.5), проводиться не пізніше двох тижнів після атестаційного. Позитивні оцінки модульного циклу в цілому та його складових не підвищуються.

**7. Підсумкове семестрове оцінювання навчальної роботи студента:** оцінювання відповідно до отриманих за семестр рейтингових балів, складання іспиту і здійснюється за такою шкалою:

а) для іспиту:

Шкала оцінювання ECTS	Визначення	Національна шкала оцінювання	Рейтингова бальна шкала оцінювання
A	ВІДМІННО	5	$36,0 \leq RD \leq 40,0$
B	ДУЖЕ ДОБРЕ	4	$32,8 \leq RD < 36,0$
C	ДОБРЕ		$29,6 \leq RD < 32,8$
D	ЗАДОВІЛЬНО	3	$25,6 \leq RD < 29,6$
E	ДОСТАТНЬО – рівень компетентності задовольняє мінімальні критерії		$25,6 \leq RD < 25,6$
FX	НЕЗАДОВІЛЬНО – можливе складання заходу підсумкового контролю	2	$24,0 \leq RD < 25,6$
F	НЕЗАДОВІЛЬНО – до заходу підсумкового семестрового контролю не допускається, необхідний повторний курс з навчальної дисципліни		$RD < 24,0$

б) за семестр:

Шкала оцінювання ECTS	Визначення	Національна шкала оцінювання	Рейтингова бальна шкала оцінювання
<b>A</b>	<b>ВІДМІННО</b>	5	$90,0 \leq RD \leq 100,0$
<b>B</b>	<b>ДУЖЕ ДОБРЕ</b>	4,5	$82,0 \leq RD < 90,0$
<b>C</b>	<b>ДОБРЕ</b>	4	$74,0 \leq RD < 82,0$
<b>D</b>	<b>ЗАДОВІЛЬНО</b>	3,5	$64,0 \leq RD < 74,0$
<b>E</b>	<b>ДОСТАТНЬО</b> – рівень компетентності задовольняє мінімальні критерії	3	$60,0 \leq RD < 64,0$
<b>FX</b>	<b>НЕЗАДОВІЛЬНО</b> – можливе складання заходу підсумкового контролю	2	$35,0 \leq RD < 60,0$
<b>F</b>	<b>НЕЗАДОВІЛЬНО</b> – до заходу підсумкового семестрового контролю не допускається, необхідний повторний курс з навчальної дисципліни		$RD < 35,0$

Студенти, які мають *незадовільні рейтингові бали* за семестр (від 35 до 59) мають право на дворазове складання (за процедурою письмового іспиту) заходу підсумкового семестрового контролю. При цьому максимальна кількість, яку вони можуть отримати, становить 60 балів.

Студенти, які мають рейтинговий бал за семестр менше 35 до захисту підсумкового семестрового контролю не допускаються і представляється деканатом до відрахування.

Лектор потоку \_\_\_\_\_

**Ю.М. Мельник**

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_

**С.М. Ілляшенко**

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.



## **Зміст індивідуального завдання:**

Орієнтовна тематика:

1. Теоретичні методи наукового дослідження в маркетинговій діяльності.
2. Емпіричні методи наукового дослідження в маркетинговій діяльності.
3. Наукові методи в системі маркетингових досліджень.
4. Застосування методу економічного аналізу в маркетинговій діяльності.
5. Застосування прогнозних методів дослідження в маркетинговій діяльності.
6. Сучасні тенденції в маркетингу: методологія та результати.
7. Матричні методи в маркетинговій діяльності: методологія та теоретичні основи.
8. Проблеми і перспективи використання маркетингових комунікацій у господарській діяльності: методологія трендвотчингу.
9. Наукові методи маркетингових досліджень ринку: методологія та прийоми.
10. Наукові методи вибору маркетингових стратегій підприємства.
11. Аналіз конкурентної стратегії підприємства: наукові методи та прийоми.

Студент може сам запропонувати тему індивідуальної роботи. Тему та структуру роботи необхідно попередньо узгодити з викладачем.

Структуру індивідуального завдання студент обирає самостійно залежно від специфіки тематики.

Обов'язкові елементи: аналіз літературних джерел за обраною тематикою з посиланнями на літературу, приклади та наочний матеріал, власні висновки та пропозиції. За результатами дослідження студент має зробити також тези доповідей.

Обсяг роботи – орієнтовно 30 стор.

Своє завдання попередньо студент має перевірити на плагіат за допомогою будьяких онлайн-ресурсів, які є у вільному доступі або за допомогою програм (або інших на вибір студента):

Антиплагіат.ru <http://www.antiplagiat.ru>

ЕТХТ-антиплагіат <https://www.etxt.ru/antiplagiat/>

Адвего-Плагіатус <http://advego.ru/plagiatus/>

Унікальність матеріалу має складати не менше 75 %.