

СИЛАБУС SYLLABUS	НАВЧАЛЬНА ПРАКТИКА PRACTICAL TRAINING	
Шифр за ОП Code in Degree Programme	ФП28	
Освітній рівень Level of Education	бакалаврський (перший) bachelor's (first)	
Галузь знань Field of Knowledge	D	Управління та адміністрування Management and administration
Спеціальність Field of Study	D5	Маркетинг Marketing
Освітня програма Degree Programme	Маркетинг Marketing	

РІВНЕ – 2025

Силабус Навчальної практики для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) освітнього рівня, які навчаються за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» спеціальності D5 «Маркетинг» денної і заочної форм навчання. – Рівне : НУВГП, 2025. –14 стор.

ОП на сайті університету: <https://ep3.nuwm.edu.ua/34091/>

Розробник силабусу: *Пастушенко Оксана Володимирівна, доцент кафедри маркетингу, кандидат економічних наук, доцент.*

Силабус схвалений на засіданні кафедри
Протокол № 3 від “28” жовтня 2025 року

Завідувач кафедри: *Мальчик Мар'яна Василівна, доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу.*

Керівник (гарант) ОП: *Оплачко Ірина Олександрівна, доцент кафедри маркетингу, кандидат економічних наук, доцент*

Схвалено науково-методичною радою з якості ННІ
Протокол № 3 від “18” листопада 2025 року

Голова науково-методичної ради з якості ННІ: *Ковшун Наталія Едуардівна, доктор економічних наук, професор.*

© Пастушенко О.В. 2025

© НУВГП, 2025

ПРОГРАМА	
Навчальної практики	
ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ	
Ступінь вищої освіти	<i>бакалавр</i>
Освітня програма	<i>Маркетинг</i>
Спеціальність	<i>D5 Маркетинг</i>
Рік навчання, семестр	<i>1 (денна 2-й семестр)</i> <i>1 (заочна 2-й семестр)</i>
Кількість кредитів	<i>3 кредити ЄКТС</i>
Лекції:	<i>Не передбачені</i>
Лабораторні заняття:	<i>Не передбачені (заочна 10 годин)</i>
Самостійна робота:	<i>90 годин (заочна 80 годин)</i>
Курсова робота:	<i>ні</i>
Форма навчання	<i>денна, заочна</i>
Форма підсумкового контролю	<i>залік</i>
Мова викладання	<i>державна</i>

ІНФОРМАЦІЯ ПРО РОЗРОБНИКА (ІВ)

Лектор 	Пастушенко Оксана Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу, доцент.
Вікіситет	https://cutt.ly/8gWsuLF
ORCID	https://orcid.org/0000-0002-2641-1356
Як комунікувати	o.v.martynjuk@nuwm.edu.ua Актуальні оголошення на сторінці дисципліни в системі MOODLE

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНІЙ КОМПОНЕНТ	
Мета та завдання	
Навчальна практика є невід’ємною складовою освітнього процесу підготовки фахівців зі спеціальності “Маркетинг”. Вона забезпечує зв’язок теоретичних знань, здобутих під час аудиторного навчання, із реальними умовами функціонування підприємств, установ і організацій. Практика сприяє формуванню у студентів професійних компетентностей, необхідних для ефективного виконання майбутніх посадових обов’язків маркетолога, розвитку аналітичного, креативного та стратегічного мислення, а також навичок командної роботи. Навчальна практика відіграє важливу роль у професійному самовизначенні студентів, допомагає зрозуміти специфіку маркетингової діяльності в сучасному бізнес-середовищі, особливості прийняття управлінських рішень та взаємодії структурних підрозділів підприємства.	
Метою навчальної практики є розширення, узагальнення та впорядкування знань здобувачів вищої освіти, демонстрація на практичних прикладах значущості діяльності фахівців з маркетингу у розвитку ринку товарів і послуг підприємств, формування професійних умінь і навичок, необхідних для самостійного ухвалення управлінських рішень у сфері маркетингу, а також опанування сучасних методів і форм організації праці за обраною спеціальністю в різних сегментах ринку.	
Завданнями навчальної практики є формування у здобувачів вищої освіти стійкої мотивації та інтересу до професійної діяльності у сфері маркетингу, ознайомлення з професійними вимогами, функціональними обов’язками та специфікою роботи маркетолога, закріплення і поглиблення теоретичних знань з основних розділів маркетингу, опанування системи методів, інструментів і алгоритмів маркетингової діяльності, набуття практичних умінь і навичок аналізу ринку та розв’язання прикладних маркетингових завдань, а також формування здатності виявляти резерви підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства й обґрунтовувати напрями її вдосконалення. Завершальним етапом є здійснення порівняльного аналізу особливостей реалізації маркетингових функцій у різних галузях та формування практичних висновків.	
Посилання на розміщення освітнього компонента на навчальній платформі Moodle	
https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=7219	

Передумови вивчення (місце освітнього компоненту в структурно-логічній схемі)		
Навчальна практика є складовою частиною обов'язкових освітніх компонентів циклу фахової підготовки студентів спеціальності «Маркетинг» за освітньою програмою «Маркетинг». Передумовами вивчення дисципліни є попередньо вивчені освітні компоненти: «Мікроекономіка», «Підприємницька діяльність», «Вступ до спеціальності», «Інфраструктура товарного ринку», «Поведінка споживача».		
Компетентності		
ІК Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов. ЗК 4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК 12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК 14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. ФК 2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. ФК 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.		
Програмні результати навчання (ПРН).		
ПРН 01. Знати та розуміти економічні категорії, закони, причинно-наслідкові та функціональні зв'язки, які існують між процесами та явищами на різних рівнях економічних систем. ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПРН 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПРН 15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості. ПРН 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.		
Структура та зміст освітнього компонента		

<i>Самостійна робота – 90 год.(ДФ)</i>		
Зміст роботи	Кількість годин Ср	Результати навчання, література
Інструктаж з охорони праці та техніки безпеки. Проведення вступного інструктажу та ознайомлення з правилами безпечної поведінки під час відвідування підприємств різних форм власності та галузевої специфіки.	9	ПРН 01, ПРН 15 Література: [1-18]
Ознайомлення з програмою та вимогами практики. Вивчення мети, завдань, змісту, очікуваних результатів і критеріїв оцінювання практики, а також вимог до ведення щоденника та оформлення звіту.	9	ПРН 01, ПРН 17 Література: [1-18]
Організаційна підготовка. Формування індивідуального плану практики; узгодження переліку підприємств/організацій для відвідування; погодження календарного плану з керівником практики.	9	ПРН 12, ПРН 15 Література: [1-18]

Ознайомчі візити на підприємства різних галузей. Вивчення історії компаній, їхніх місії, цінностей, структури управління, основних напрямів діяльності та корпоративної культури.	9	ПРН 12, ПРН 14 Література: [1-18]
Аналіз маркетингових функцій і організації роботи підрозділів. Вивчення ролі маркетингової служби або маркетингових функцій у структурі управління; оцінка взаємодії з іншими відділами та особливостей прийняття маркетингових рішень у різних галузях.	9	ПРН 01, ПРН 12, ПРН 15 Література: [1-18]
Дослідження інформаційного поля підприємств. Збір і аналіз відкритої інформації (офіційні сайти, соціальні мережі, публікації у ЗМІ, маркетингові платформи) з метою порівняння позиціонування компаній у різних секторах.	9	ПРН 12, ПРН 17 Література: [1-18]
Аналіз ринків діяльності підприємств. Дослідження конкурентного середовища, визначення основних конкурентів, характеристика цільових аудиторій, оцінка ринкових тенденцій та особливостей галузевого позиціонування.	9	ПРН 01, ПРН 12, ПРН 14 Література: [1-18]
Оцінка маркетингової діяльності підприємств. Проведення SWOT-аналізу, аналіз елементів комплексу маркетингу (продукт, ціна, просування, розподіл) та виявлення міжгалузевих відмінностей у маркетингових підходах.	9	ПРН 01, ПРН 15, ПРН 17 Література: [1-18]
Оцінка маркетингових комунікацій та інструментів просування. Аналіз рекламних активностей, PR-заходів, SMM- та digital-стратегій у компаніях різних галузей.	9	ПРН 01, ПРН 15, ПРН 17 Література: [1-18]
Підготовка та захист звіту з практики: передбачає оформлення письмового звіту із результатами дослідження, висновками та рекомендаціями, а також його презентацію перед керівником практики.	9	ПРН 01, ПРН 12, ПРН 17 Література: [1-18]
<i>Самостійна робота – 80 год., практична робота - 10 год</i>		

Зміст роботи	Кількість годин Пр/СР (ЗФ)	Результати навчання, література
Проведення вступного інструктажу з охорони праці та техніки безпеки. Ознайомлення з правилами безпечної поведінки під час відвідування підприємств різних форм власності та галузевої специфіки. Вивчення стандартів підготовки звітних матеріалів: правила цитування, уникнення плагіату та дотримання кодексу честі університету. Практичне заняття (Вебінар): «Академічна доброчесність в НУВГП».	2/8	ПРН 01, ПРН 15 Література: [1-18]

Ознайомлення з програмою та вимогами практики: вивчення мети, завдань, змісту та очікуваних результатів. Опрацювання критеріїв оцінювання, вимог до ведення щоденника та оформлення звіту. Огляд сучасних цифрових інструментів для збору та обробки маркетингової інформації. Обговорення меж допустимого використання нейромереж при формуванні звітності. Практичне заняття (Вебінар): «Відповідальне використання та впровадження Штучного Інтелекту (ШІ) в НУВГП».	2/8	ПРН 01, ПРН 17 Література: [1-18]
Організаційна підготовка: формування індивідуального плану практики. Узгодження переліку підприємств/організацій для відвідування та погодження календарного плану з керівником практики. Оцінка перспектив подальшого професійного розвитку: від локального стажування до міжнародних програм обміну. Практичне заняття (Вебінар): «Академічна мобільність учасників освітнього процесу НУВГП».	2/8	ПРН 12, ПРН 15 Література: [1-18]
Ознайомчі візити на підприємства різних галузей. Вивчення історії компаній, їхніх місії, цінностей, структури управління, основних напрямів діяльності та корпоративної культури.	-/8	ПРН 12, ПРН 14 Література: [1-18]
Аналіз маркетингових функцій і організації роботи підрозділів. Вивчення ролі маркетингової служби або маркетингових функцій у структурі управління; оцінка взаємодії з іншими відділами та особливостей прийняття маркетингових рішень у різних галузях.	-/8	ПРН 01, ПРН 12, ПРН 15 Література: [1-18]
Дослідження інформаційного поля підприємств. Збір і аналіз відкритої інформації (офіційні сайти, соціальні мережі, публікації у ЗМІ, маркетингові платформи) з метою порівняння позиціонування компаній у різних секторах.	-/8	ПРН 12, ПРН 17 Література: [1-18]
Аналіз ринків діяльності підприємств. Дослідження конкурентного середовища, визначення основних конкурентів, характеристика цільових аудиторій, оцінка ринкових тенденцій та особливостей галузевого позиціонування.	-/8	ПРН 01, ПРН 12, ПРН 14 Література: [1-18]
Оцінка маркетингової діяльності підприємств. Проведення SWOT-аналізу, аналіз елементів комплексу маркетингу (продукт, ціна, просування, розподіл) та виявлення міжгалузевих відмінностей у маркетингових підходах.	-/8	ПРН 01, ПРН 15, ПРН 17 Література: [1-18]
Оцінка маркетингових комунікацій та інструментів просування. Аналіз рекламних активностей, PR-заходів, SMM- та digital-стратегій у компаніях різних галузей.	-/8	ПРН 01, ПРН 15, ПРН 17 Література: [1-18]

Підготовка та захист звіту з практики: передбачає оформлення письмового звіту із результатами дослідження, висновками та рекомендаціями, а також його презентацію перед керівником практики. Механізми зарахування додаткових компетентностей, здобутих під час практики. Практичне заняття (Вебінар): «Про неформальну та інформальну освіту в НУВГП».	4/8	ПРН 01, ПРН 12, ПРН 17 Література: [1-18]
---	-----	--

Форми та методи навчання

Вивчення освітньої компоненти досягається інформаційним, ілюстративним та проблемним методами навчання.

Навчання супроводжується опрацюванням нормативної, навчальної літератури, а також періодичних видань.

Передбачено ознайомчі екскурсії на підприємства, індивідуальні та групові консультації, самостійну роботу студентів і презентації результатів. Основними методами навчання є спостереження за маркетинговою діяльністю компаній, аналіз реальних кейсів і відкритих даних, проведення порівняльного та стратегічного аналізу, збір інформації через бесіди й інтерв'ю з фахівцями. Також застосовуються проблемно-пошукові методи, зокрема аналіз практичних ситуацій і формування рекомендацій, що сприяє розвитку аналітичних і комунікативних компетентностей студентів.

Інструменти, обладнання, програмне забезпечення

Мультимедійний проектор, онлайн-комунікації, електронні таблиці, електронні бази даних, відкриті дані, програми електронного ведення бухгалтерії, програми статистичної обробки даних, програми представлення презентаційних матеріалів, інструменти та обладнання підприємства-базы практики.

Порядок оцінювання програмних результатів навчання/результатів навчання

Основними критеріями, що характеризують рівень компетентності студента при оцінюванні результатів поточного та підсумкового контролів є такі:

- виконання всіх видів навчальної та практичної роботи, передбачені програмою навчальної дисципліни;
- глибина і характер знань навчального матеріалу за змістом проходження практики;
- характер відповідей на поставлені питання (чіткість, лаконічність, логічність, послідовність тощо);
- вміння застосовувати теоретичні положення під час розв'язання практичних завдань;
- вміння аналізувати достовірність одержаних результатів.

Студенти можуть отримати додаткові бали за: виконання рефератів есе дослідницького характеру за темою курсу. Тему дослідницької роботи можна вибрати самостійно за погодженням із викладачем. Додаткові бали студентам також можуть бути зараховані за конкретні пропозиції з удосконалення змісту навчальної дисципліни. Крім того, додаткові бали можна отримати на основі перезарахування результатів неформальної освіти.

Захист звіту відбувається особисто в формі відповіді на запитання викладача – керівника практики на основі відгуку керівника практики від підприємства.

Критерії оцінювання практики

Характеристика	К-сть балів	
		Здобувач вищої освіти повністю виконав програму практики, звіт за структурою, обсягом і змістом відповідає вимогам програми практики. Основні положення звіту глибоко обґрунтовані, логічні. Висока старанність у виконанні, бездоганне зовнішнє оформлення, своєчасне подання. Захист звіту впевнений та аргументований
		90-100

Здобувач вищої освіти повністю виконав програму практики, звіт за структурою, обсягом і змістом відповідає вимогам програми практики. Основні положення звіту достатньо обґрунтовані, незначне порушення послідовності. Достатня старанність у виконанні, добре зовнішнє оформлення, своєчасне подання. Захист звіту аргументований, але з деякими неточностями у другорядному матеріалі.	82-89
Здобувач вищої освіти повністю виконав програму практики, звіт за структурою, обсягом і змістом відповідає вимогам програми практики, але має деякі неточності. Основні положення звіту обґрунтовані, незначне порушення послідовності. Достатня старанність у виконанні, добре зовнішнє оформлення, своєчасне подання. Захист звіту аргументований, але з деякими неточностями, які здобувач вищої освіти сам виправляє.	74-81
Здобувач вищої освіти повністю виконав програму практики, звіт відповідає вимогам програми практики, але має неточності за структурою і змістом. Основні положення звіту недостатньо обґрунтовані з порушенням послідовності. Посередня старанність у виконанні, зовнішнє оформлення задовільне. Незначне порушення термінів подання. Захист звіту з незначними помилками, які здобувач вищої освіти сам виправляє з допомогою викладача.	64-73

Здобувач вищої освіти повністю виконав програму практики, звіт відповідає вимогам програми практики, але має неточності за структурою і змістом. Основні положення звіту недостатньо обґрунтовані з порушенням послідовності. Посередня старанність у виконанні, зовнішнє оформлення задовільне. Порушення термінів подання. Захист звіту із значними помилками, які здобувач вищої освіти сам виправляє з допомогою викладача.	60-63
Здобувач вищої освіти виконав програму практики (більше 50%), звіт відповідає вимогам програми практики, але має значні неточності за структурою і змістом. Основні положення звіту недостатньо обґрунтовані з порушенням послідовності. Посередня старанність у виконанні, зовнішнє оформлення задовільне	36-59 З можливістю повторного складання
Порушення термінів подання. Захист звіту з великими помилками і прогалинами, які здобувач вищої освіти не може виправити.	1-35 З обов'язковим повторним проходженням практики

Основна література

1. Котлер Ф., Картаджайя Х., Сетьяван А. Маркетинг 6.0: майбутнє — це занурення / пер. з англ. Київ : КМ-БУКС, 2025. 312 с.
2. Маркетинг: теорія, методологія, практика : підручник / за заг. ред. Т. О. Примака, О. В. Зозульова. 2-ге вид., переробл. і доповн. Київ : Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2025. 480 с.
3. Маркетинг: теорія, докази, практика : підручник / за ред. Байрона Шарпа ; пер. з англ. 2-ге вид. Київ : Наш Формат, 2025. 520 с.
4. Крикавський Є. В., Мороз Л. А. Маркетингова політика комунікацій : навч. посіб. 2-ге вид. оновл. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2024. 160 с.
5. Маркетинг : підручник / Т. О. Примака, А. А. Старостіна, О. В. Зозульов та ін. ; за заг. ред. Т. О. Примака. Київ : Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2023. 456 с.
6. Nesenenko, P., Lazaryshyna, I., Oplachko, I., Martyniuk, O., Proshcharuk, Y. Analysis of investment and innovation support for the agricultural sector of Ukraine. BIO Web of Conferences, 2024, 114, 01027. (SCOPUS). URL: https://www.bio-conferences.org/articles/bioconf/pdf/2024/33/bioconf_icabee2024_01027.pdf

Допоміжна література

7. Martyniuk O. Tools for marketing management of industrial enterprises in Ukraine based on the principles of sustainable development / M. Malchyk, O. Popko, O. Martyniuk, N. Hontarenko, I. Oplachko // International Journal of Management. – 2020. – Vol. 11(4). – P. 385-394 (Scopus). URL: http://www.iaeme.com/MasterAdmin/Journal_uploads/IJM/VOLUME_11_ISSUE_4/IJM_11_04_038.pdf
8. Malchyk M., Popko O., Oplachko I., Martyniuk O., Tolchanova Z. The Impact of Digitalization on Modern Marketing Strategies and Business Practices (Transformation). Review of Economics and Finance. 2022. Vol. 20. P. 1042-1050. URL: <https://refpress.org/ref-vol20-a116/>

9. Маркетингові стратегії в умовах відновлення економіки України : монографія / за ред. В. Г. Воронкової. Запоріжжя : Гельветика, 2024. 410 с.

10. Пастушенко О. В., Толчанова З. О. Вдосконалення рекламного менеджменту компанії на основі врахування ключових факторів успіху та перешкод діджитал-просування в умовах кризи // Актуальні проблеми сталого розвитку, 2(5), 2025, 113-118. [https://doi.org/10.60022/2\(5\)-14S](https://doi.org/10.60022/2(5)-14S).

11. Толчанова З.О., Мартинюк О.В., Кравчук І.М. Підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства шляхом впровадження інноваційних маркетингових стратегій // Вісник Національного університету водного господарства і природокористування: зб. наук. праць [Економіка] - Рівне, 2025 р.

12. Трушкіна Н. В. Управління маркетинговою діяльністю підприємств в умовах цифровізації : монографія. Харків : Смуґаста типографія, 2022. 340 с.

13. Мартинюк О. В. Особливості застосування інструментів цифрового маркетингу в умовах сталого розвитку / О. В. Мартинюк // Вісник НУВГП. Серія «Економічні науки». 2023. Вип. 1(101). С. 145–154.

14. Савицька Н. Л. Маркетинг 4.0 vs Маркетинг 5.0: еволюція концепцій у цифровому середовищі // Маркетинг і цифрові технології. 2022. Т. 6, № 1. С. 22–35.

15. Ромат Є. В. Штучний інтелект у маркетингових комунікаціях: можливості та загрози // Маркетинг в Україні. 2023. № 3. С. 12–19.

16. Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2023. 322 с.

17. Зозульов О. В. Ринкові дослідження: теорія та практика : навч. посіб. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 215 с.

18. Сталій розвиток підприємства : монографія / за ред. проф. О. В. Ареф'євої. Київ : НАУ, 2023. 312 с

Інформаційні ресурси

19. Міністерство економіки України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>.

20. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

21. Інформаційні ресурси у цифровому репозиторії наукової бібліотеки НУВГП [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ep3.nuwm.edu.ua>.

22. Кабінет Міністрів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua/>.

23. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/>.

24. Рівненська державна обласна бібліотека [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lib.rv.ua/>.

Методичне забезпечення

25. Інформаційні ресурси у електронному репозиторії Національного університету водного господарства та природокористування.

Поєднання навчання та досліджень

Здобувачі вищої освіти мають можливість додатково отримати бали за виконання індивідуальних завдань дослідницького характеру, а також можуть бути долучені до написання та опублікування наукових статей з тематики курсу.

ПОЛІТИКИ ВИКЛАДАННЯ ТА НАВЧАННЯ

Перелік соціальних, «м'яких» навичок (soft skills)

- Складові освітньої компоненти сприяють формуванню універсальних, корисних для будь-якого виду діяльності (міжпрофесійних) навичок, які дозволяють швидко адаптуватися до нових умов, змінювати сферу зайнятості, вирішувати нестандартні завдання:
- - допитливість, ініціативність – під час засвоєння теоретичного матеріалу лекційних занять і самостійної роботи для розширення знань із відповідних тем курсу;
- - цілеспрямованість, наполегливість – під час виконання практичних робіт, а також індивідуальних завдань для отримання додаткових балів;
- - адаптивність, командна робота – під час дискусійних обговорень тематичних питань курсу, опрацювання практичних кейсів;
- - соціальна обізнаність і відповідальність – як результат урахування організаційних вимог курсу, підтримання зворотного зв'язку та вчасного звітування про виконані види діяльності;
- - критичне мислення, лідерство, креативність – розуміння, аналіз, пошук вирішення актуальних проблем у розрізі дисципліни та висвітлення результатів під час навчальних занять, участі в конференціях і круглих столах та/або наукових публікаціях;
- - самонавчання для професійного та особистісного зростання – як результат виконання самостійної роботи, у тому числі з електронними навчальними ресурсами та інформаційними базами.

Дедлайни та перескладання

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75% від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності балів).

Ліквідація академічної заборгованості здійснюється згідно Порядку ліквідації академічних заборгованостей здобувачів вищої освіти у Національному університеті водного господарства та природокористування.

Оголошення стосовно дедлайнів здачі частин освітньої компоненти відповідно до політики оцінювання оприлюднюються на сторінці на платформі MOODLE:

<https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=7219>

Неформальна та інформальна освіта (за потреби)

- Студенти мають право на визнання (перезарахування) результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті згідно з відповідним Положенням: <https://ep3.nuwm.edu.ua/18660/>.

Зокрема студенти можуть самостійно проходити онлайн-курси на таких навчальних платформах, як Prometheus, Coursera, edEx, edEra, FutureLearn та інших, для наступного перезарахування результатів навчання. При цьому важливо, щоб знання та навички, що формуються під час проходження певного онлайн-курсу чи його частин, мали зв'язок з очікуваними навчальними результатами даної освітньої компоненти (освітньої програми) та перевірялись в підсумковому оцінюванні.

Правила академічної доброчесності

Здобувачі вищої освіти повинні дотримуватися Кодексу честі студентів Національного університету водного господарства та природокористування. За списування під час виконання окремих завдань здобувачу вищої освіти знижується оцінка або не зараховується завдання. Документи, які стосуються необхідності дотримання академічної доброчесності, наведено за посиланням: <https://ep3.nuwm.edu.ua/25004/>

Вимоги до відвідування

Консультації будуть проводитися онлайн за допомогою Google Meet за кодом у домовлений зі студентами час.

За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування тощо) проходження навчальної практики може відбуватись за графіком, погодженням із керівником курсу.

Здобувачі можуть використовувати мобільні телефони та ноутбуки, але виключно в навчальних цілях з даної освітньої компоненти.

Автор
доцент кафедри маркетингу,
кандидат економічних наук, доцент

О.В. Пастушенко

Автор
Доцент

Оксана ПАСТУШЕНКО

Затверджено

Проректор з науково-педагогічної та навчальної
роботи

Валерій СОРОКА



документ підписаний КЕП
Номер документа СИЛ №224
Підписувач Сорока Валерій Степанович
Підписувач (дані КЕП):
Сертифікат 3FAA9288358EC003040000009B6C3700C8C2C100