

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Навчально-науковий інститут денної освіти
Кафедра готельно-ресторанної та курортної справи

СИЛАБУС
навчальної дисципліни
«УПРАВЛІННЯ РОЗКІШНИМИ БРЕНДАМИ»
на 2022-2023 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	1 курс, 1 семестр
Освітня програма/спеціалізація	«Готельно-ресторанна справа»
Спеціальність	241 Готельно-ресторанна справа
Галузь знань	24 Сфера обслуговування
Ступінь вищої освіти	магістр

ПІБ НПП, який веде дану дисципліну,
науковий ступінь і вчене звання,
посада

Плотніченко Олена Олександрівна
магістр готельно-ресторанної справи
менеджер служби прийому та розміщення готелю «Holiday Inn Kyiv»

Контактний телефон	+38-095-590-87-90; +38-067-568-66-81
Електронна адреса	plotni13@ukr.net
Розклад навчальних занять	http://schedule.puet.edu.ua/
Консультації	он-лайн: електронною поштою, пн-пт з 10.00-17.00
Сторінка дистанційного курсу	https://el.puet.edu.ua/

Опис навчальної дисципліни

Мета вивчення навчальної дисципліни	Здобуття майбутніми фахівцями з готельно-ресторанної справи професійних знань та практичних навичок у сфері управління розкішними брендами та застосування міжнародного досвіду на вітчизняних підприємствах готельно-ресторанного господарства з метою особистого професійного зростання та розвитку туристичної галузі України.
Тривалість	3 кредити ЄКТС/90 годин (тренінг 36 год.), самостійна робота 90 год.)
Форми та методи навчання	Тренінг дистанційно, самостійна робота поза розкладом. Словесні (пояснення, розповідь, інструктування, коментування, роз'яснення); наочні (спостереження, ілюстрування); практичні (виконання вправ та вирішення проблемних завдань з використанням аналітичних, частково-пошукових та ін. методів)
Система поточного та підсумкового контролю	Поточний контроль: відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; доповіді з рефератами та їх обговорення; тестування; поточна модульна робота Підсумковий контроль: екзамен
Базові знання	Фронт-офіс, Організація роботи номерного фонду, Організація роботи готелів
Мова викладання	Українська

Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
РН 05. Оцінювати нові ринкові можливості, формулювати бізнес-ідеї та розробляти маркетингові заходи з за невизначених умов і вимог, що потребують застосування нових підходів, методів та інструментарію соціально-економічних досліджень.	ЗК 4. Здатність працювати в команді. ЗК 6. Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК 7. Здатність приймати обґрунтовані рішення . СК 2. Здатність систематизувати та синтезувати інформацію для врахування крос-культурних особливостей

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
<p>РН 07. Досліджувати моделі розвитку міжнародних та національних готельних і ресторанних мереж (корпорацій).</p> <p>РН 16. Вміти визначати та критично оцінювати ключові тренди розвитку у готельно-ресторанній індустрії.</p>	<p>функціонування суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.</p> <p>СК 5. Здатність забезпечувати ефективну сервісну, комерційну, виробничу, маркетингову, економічну діяльність суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.</p> <p>СК 6. Здатність координувати та регулювати взаємовідносини з партнерами та споживачами.</p> <p>СК 8. Здатність розробляти антикризові програми корпорацій, готельних та ресторанних мереж, суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.</p> <p>СК 12. Здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі готельно-ресторанної справи у мультидисциплінарних контекстах, у нових або незнайомих середовищах за наявності неповної або обмеженої інформації.</p> <p>СК 16. Здатність визначати та критично оцінювати ключові тренди розвитку сфери гостинності та застосовувати їх для формування нових моделей бізнес-процесів у готельному та ресторанному бізнесі.</p>

Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Модуль 1 «Організація операційної діяльності готельно-ресторанного підприємства»		
Тема 1. <i>Загальні аспекти організації роботи готельно-ресторанних комплексів</i>	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Провести самоаналіз якості засвоєння матеріалу, давши відповіді на «Контрольні запитання для самостійної оцінки якості засвоєння теми» наприкінці тренінга.
Тема 2. <i>Організація діяльності служби прийому та розміщення</i>	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Провести самоаналіз якості засвоєння матеріалу, давши відповіді на «Контрольні запитання для самостійної оцінки якості засвоєння теми» наприкінці тренінга.
Тема 3. <i>Особливості надання додаткових послуг</i>	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Провести самоаналіз якості засвоєння матеріалу, давши відповіді на «Контрольні запитання для самостійної оцінки якості засвоєння теми» наприкінці тренінга.
Тема 4. <i>Програмне забезпечення. Нічний аудит</i>	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування	Провести самоаналіз якості засвоєння матеріалу, давши відповіді на «Контрольні запитання для самостійної оцінки якості засвоєння теми» наприкінці тренінга.
Тема 5. <i>Надання бездоганного сервісу</i> 3 <i>дотриманням</i>	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання	Підготуватись до модульної контрольної роботи

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Модуль 1 «Організація операційної діяльності готельно-ресторанного підприємства»		
стандартів	самостійної роботи; тестування	
Модуль 2. Курорти світу та України		
1. КОНЦЕПЦІЯ ЦІННОСТІ БРЕНДУ		
<p>Тема 6. Концепція цінності бренду.</p> <p><i>Побудова структури споживчого знання про бренд та вибір елементів бренду для побудови його цінності.</i></p> <p>На прикладі: ресторанно-готельного комплексу «Терма палац» 5*, Болгарія</p>	<p>Ознайомитися із Темою 1. Провести міні-дослідження, виокремити та скласти словник визначень понять основних складових бренд-менеджменту, застосовуючи останню періодику та доступні Інтернет-ресурси.</p> <p>Ознайомитися із темою 2. За власним вибором підібрати та проаналізувати історію успішних українських брендів.</p>	<p>Практичне заняття 1.</p> <p>Практично ознайомитися з принципами роботи на дистанційному курсі «Бренд-менеджмент» та підготувати запитання. Ознайомитися із структурою самостійної роботи протягом семестру і відповідності із тематичним планом. Ознайомитися із планом навчальних занять.</p> <p>На наступне практичне заняття ознайомитися з завданнями і підготувати презентацію доповіді для ТРЕНІНГУ 1, користуючись дистанційним курсом. Завантажити звіти, презентацію у відповідну форму Тренінгу 1 на дистанційний курс.</p> <p>ТРЕНІНГ 1. Основні визначення концепції цінності бренду</p> <p><i>Практичне заняття 2.</i></p> <p>1) Провести підготовлену презентацію Тренінгу 1.</p> <p>2) На наступне практичне заняття ознайомитися і підготувати першу частину завдань ТРЕНІНГУ 2 (підбір актуальної тематики, написання тез та підготовка презентації доповіді за обраною темою), користуючись дистанційним курсом. Завантажити звіти на дистанційний курс</p> <p>ТРЕНІНГ 2. Дослідження перспективних напрямів Аналіз історій успіху відомих брендів.</p> <p><i>Практичне заняття 3.</i></p> <p>1) Представити презентацію тез доповіді, запланованих у Тренінгу 2.</p> <p>3. На наступне заняття ознайомитися з другою частиною завдань ТРЕНІНГУ 2 (написання сценарію відео-доповіді) і підготувати її, користуючись цим посібником. Завантажити звіт на дистанційний курс.</p> <p><i>Практичне заняття 4.</i></p> <p>1) Представлення і обговорення сценаріїв відео-доповіді (друга частина ТРЕНІНГУ 2).</p> <p>2) Ознайомитися з умовами ТРЕНІНГУ 3.</p> <p>ТРЕНІНГ 3. Аналіз історій успіху відомих брендів. Основні положення концепції цінності бренду.</p>
<p>Тема 7. Брендінгові стратегії.</p>	<p>1. Ознайомитися із Темою 3. Знайти і проаналізувати у сучасних періодичних виданнях (за бажанням у доступних Інтернет-ресурсах практичні приклади відображення маркетингової діагоналі на різних промислових і споживчих</p>	<p><i>Практичне заняття 5.</i></p> <p>1) Провести презентацію ТРЕНІНГУ 3.</p> <p>2) На наступне практичне заняття ознайомитися з завданнями і підготуватися до виконання ТРЕНІНГУ 4, користуючись методичними вказівками до практичних занять. Завантажити звіт на дистанційний курс.*</p>

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Модуль 1 «Організація операційної діяльності готельно-ресторанного підприємства»		
<p>4) <i>Маркетингова програма побудови цінності бренду. На прикладі: Ресторанії Бачевських, Львів; Мануфактура кави Львів; ресторан «Криївка», Львів</i></p>	<p>ринках. Занотувати у конспекти приклади реалізованих українських брендингових стратегій. 2. Написати есе за матеріалами теми.</p> <p>Ознайомитися з Темою 4. На кожну складову перехідної моделі брендингу підібрати власний приклад з історій відомих компаній. Скласти базу даних потенційних клієнтів на прикладі обраного бренду. Розробити сценарій трьох контактів.</p>	<p><i>Практичне заняття 6.</i> 1) Провести презентацію за результатами виконання ТРЕНІНГУ 4. 2) Обговорення результатів, елементів бренду, внесення коригувань у брендингову стратегію. 3) За умовами ТРЕНІНГУ 4 (частина 2) запропонувати альтернативні і додаткові стартапи під створеним брендом. Підготувати презентацію на наступне практичне заняття (П.8).</p> <p>ТРЕНІНГ 4. Вибір тренувального стартапу/ підприємства для побудови бренду</p> <p><i>Практичне заняття 7.</i> 1) Представлення результату зйомок та монтажу відео-повіді на основі матеріалів ТРЕНІНГУ 2. 2) Підготуватися до модульної контрольної роботи за конспектом лекцій 1-5, а також виконання тренінгів.</p> <p><i>Практичне заняття 8.</i> Модульна контрольна робота (ч.1) з Розділу 1. 1) За умовами ТРЕНІНГУ 4 (частина 2) запропонувати альтернативні і додаткові стартапи під створеним брендом. Підготувати презентацію на наступне практичне заняття. 2) «Модульна контрольна робота (Частина 1)». 3) На наступне практичне заняття ознайомитися з завданнями і підготуватися до виконання ТРЕНІНГУ 5, користуючись методичними вказівками до практичних занять. Завантажити звіт на дистанційний курс.</p> <p>ТРЕНІНГ 5. Розробка візуальних атрибутів бренду</p>
2. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ БРЕНДИНГОВОЮ ЦІННІСТЮ У ЧАСІ		
<p>Тема 8. <i>Інтегральні маркетингові комунікації та брендингові асоціації. На прикладі: французької мережі ресторанів «Нарру»; мережа Макдональдс</i></p>	<p>Ознайомитися з Темою 5 .</p>	<p><i>Практичне заняття 9.</i> 1) Провести міні-дослідження асоціацій споживачів із торговою маркою (бренд для дослідження студент обирає самостійно). Визначити ступінь їх сили, благоприємності та унікальності. Проаналізувати існуючу структуру знань про торгову марку. Скласти звіт. Проаналізувати власну модель споживчої поведінки під час купівлі відомого бренду. Описати процес прийняття рішення щодо купівлі. 2) Презентувати результати виконання ТРЕНІНГУ 5. 3) На наступне практичне заняття ознайомитися з завданнями і підготуватися до виконання ТРЕНІНГУ 6, методичними вказівками до практичних занять. Завантажити звіти на дистанційний курс.</p> <p>ТРЕНІНГ 6. Розробка бренд-буку</p>

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Модуль 1 «Організація операційної діяльності готельно-ресторанного підприємства»		
		<p>Практичне заняття 10.</p> <p>1) Презентувати результати виконання ТРЕНІНГУ 6.</p> <p>2) На наступне практичне заняття ознайомитися з завданнями і підготуватися до виконання ТРЕНІНГУ 7 (п. 1).</p> <p>ТРЕНІНГ 7. Побудова структури споживчого знання про бренд та вибір елементів бренду для побудови його цінності. Брендінгові стратегії</p>
<p>Тема 9. Система оцінювання брендінгової цінності. На прикладі популярної області термальних джерел Терме Euganee, Італія; Мережа готелів «Grand Hotel», Банско, Св. Влас, «Grand Hotel Terme», курорт Баня, Болгарія</p>	<p>1. Ознайомитися із Темою 6.</p> <p>2. Занотувати у конспекти класифікацію брендінгових ієрархій. Викласти матеріал у вигляді есе до</p> <p>1. Ознайомитися із Темою 7 та додатковими матеріалами до Лекції 7 на дистанційному курсі.</p> <p>2. Занотувати у конспекти приклади сценаріїв рекламних кампаній відомих брендів, що використовують сім етапів побудови брендінгової цінності.</p>	<p>Практичне заняття 11.</p> <p>1) Презентувати сценарій відео-роликів на основі матеріалів ТРЕНІНГУ 7 (п. 1).</p> <p>2) На наступне практичне заняття ознайомитися з завданнями і підготуватися до виконання ТРЕНІНГУ 7 (п. 2). Завантажити звіти на дистанційний курс .</p> <p>Практичне заняття 12.</p> <p>1) Презентувати результати ТРЕНІНГУ 7 (п. 2)</p> <p>2) На наступне практичне заняття ознайомитися з завданнями і підготуватися до виконання ТРЕНІНГУ 7</p> <p>3) Завантажити звіти на дистанційний курс .</p> <p>ТРЕНІНГ 8. Аналіз трендів брендінгової активності</p> <p>ТРЕНІНГ 9. Застосування форсайт-методики у бренд-менеджменті</p> <p>Практичне заняття 13.</p> <p>1. Тестування за матеріалами Лекції 7.</p> <p>2. Презентувати результати виконання ТРЕНІНГУ 8 [1].</p> <p>3. На наступне практичне заняття ознайомитися з завданнями і підготуватися до виконання ТРЕНІНГУ 9, користуючись методичними вказівками до практичних занять [9]. Завантажити звіт на дистанційний курс .</p> <p>Практичне заняття 14.</p> <p>1. Провести презентацію результатів виконання ТРЕНІНГУ 9. Занотувати у конспект приклади застосування методики форсайту.</p> <p>2. На наступне практичне заняття ознайомитися з першою частиною завдання (розроблення комерційної пропозиції) і підготуватися до виконання ТРЕНІНГУ 10. Завантажити першу частину звіту з ТРЕНІНГУ 10 на дистанційний курс.</p>
<p>Тема 10. Управління брендом протягом часу. На прикладі КК Албена, мережа готелів «Марітім»5*</p>	<p>1. Ознайомитися із Темою 8 та додатковими матеріалами до Темі 8 на дистанційному курсі . Підготувати приклади брендінгових стратегій із застосуванням різних видів брендінгових асоціацій.</p>	<p>ТРЕНІНГ 10. Маркетингова програма побудови цінності бренду</p> <p>ТРЕНІНГ 11. Інтегральні маркетингові комунікації та вторинні брендінгові асоціації. Система оцінювання брендінгової цінності</p>

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Модуль 1 «Організація операційної діяльності готельно-ресторанного підприємства»		
<p><u>«Амелія», 5*, Р. Болгарія</u></p>	<p>Ознайомитися із Темою 9 та додатковими матеріалами до Темі 9 на дистанційному курсі .</p> <p>Модульна контрольна робота (ч. 2) з Розділу 2.</p>	<p>ТРЕНІНГ 12. Управління брендом протягом часу.</p> <p>Практичне заняття 15.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Пройти тестування за матеріалами Темі . 2. Презентація результатів виконання першої частини ТРЕНІНГУ 10 на дистанційному курсі. 3. На наступне практичне заняття ознайомитися з другою частиною завдання і виконати ТРЕНІНГ 10 . Завантажити другу частину звіту з ТРЕНІНГУ 10 на дистанційний курс . <p>Практичне заняття 16.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Презентація результатів виконання другої частини ТРЕНІНГУ 10 на дистанційному курсі. 2. На наступне практичне заняття ознайомитися і виконати завдання ТРЕНІНГУ 11. Завантажити у дистанційний курс . <p>Практичне заняття 17.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Тестування за матеріалами Темі 9. 2. Презентувати результати ТРЕНІНГУ 11. Скласти інструкцію динамічного відстеження брендингових ефектів для внутрішнього користування в компанії. Підібрати приклади змін портфелів брендів протягом часу. 3. Підготуватися до ч.2 модульної контрольної роботи з тематики Розділу II. 4. На наступне практичне заняття ознайомитися у системі дистанційного курсу, перевірити свій рейтинговий бал за всіма видами робіт. У випадку незгодженості даних обов'язково в онлайн режимі через систему електронних повідомлень поінформувати про це викладача.. 5. На наступне практичне заняття ознайомитися і виконати завдання ТРЕНІНГУ 12. Завантажити у дистанційний курсі. <p>Практичне заняття 18</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Презентувати результати ТРЕНІНГУ 12. 2. «Модульна контрольна робота (Частина 2)». 3. Узгодження рейтингів студентів за семестр.

Інформаційні джерела

1. Keeler Kevin Lane Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity. Prentice Hall Upper Saddle River, New Jersey 07458, 1998. 686 p.
2. Michael Beverland. Brand Management: Co-creating Meaningful Brands SAGE, 2018. 416 p.
3. Paolo Popoli. Brand Management: Advancing. Insights on. BoD – Books on Demand, 2017. 210 P.

4. S. Fomichov, A. Banin, I. Skachkov, V. Lysak, O. Gaievskiy, N. Yudina Standard Management Systems QUALITY MANAGEMENT: Textbook for students and post-graduate students. Kiev: KIM, 2018. 266 P. (Recommended by the Academic Council of the National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kiev Polytechnic Institute" as textbook for students and post-graduate students (методичний кабінет кафедри).
5. Tilde Heding, Charlotte F. Knudtzen, Mogens Bjerre. Brand Management: Research, Theory and Practice. Routledge, 2015. P. 296
6. Wheeler Alina. Designing brand identity : an essential guide for the entire
7. Брендинг: навчальний посібник / Т.В. Григорчук; Міністерство освіти і науки України, Міністерство культури України, Київський національний університет культури і мистецтв, Кафедра шоу-бізнесу. Київ : Київський національний університет культури і мистецтв, 2018. 163 с.
8. Бренд-менеджмент : навчальний посібник / С.Ф. Смерічевський, С.Є. Петропавловська, О.А. Радченко; Міністерство освіти і науки України, Національний авіаційний університет. Київ : НАУ, 2019. 155 с.
9. Дерек Томпсон Хітмейкери. Наука популярності та змагання за увагу. Yakaboo Publishing, 2018. 432 с.
10. Зозульов О.В., Писаренко Н.Л. Ринкове позиціонування. З чого починається створення успішних брендів. К. : Знання-Прес, 2004. 200 с.
11. Ідріс Муті. Брендинг за 60 хвилин. Фабула, 2019. 256 с.
12. Кампрад, Інгвар. Історія ІКЕА : бренд, що закохав у себе світ / Інгвар Кампрад, Бертіл Торекул ; переклала з англійської Оксана Кацанівська. Київ : Наш Формат, 2018. 308 с.
13. Роберт Мак-Кі. Сторіноміка. Маркетинг у пострекламну епоху. Vivat, 2019, 240 с.
14. Саленбахер, Юрген. Креативний особистий бренд. Створюйте можливості. Зростаєте як особистість. Вирізняйтесь. Харків : Видавництво Фабула #PRO, 2019. 223 с.
15. Юдіна Н.В. Методичні вказівки до виконання домашньої контрольної роботи з дисципліни «Бренд-менеджмент» для студентів заочної форми навчання» в електронному вигляді із Грифом «Рекомендовано Вченою радою ФММ» (Протокол №9 засідання Вченої ради ФММ від 23.04.2012 р.)

Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання

- Політика щодо термінів виконання та перескладання: письмові практичні завдання мають бути здані для перевірки під час практичного заняття з відповідної теми. Якщо завдання виконуються із порушенням термінів без поважних причин, то можуть оцінюватися на нижчу оцінку (до 50 % від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). Поточна модульна робота проводиться у форматі есе в письмовій формі або за допомогою відповідного програмного забезпечення комп'ютерної підтримки освітнього процесу у термін, передбачений робочою програмою навчальної дисципліни, студент має 2 спроби для тестування. Якщо оцінка за поточну модульну роботу незадовільна (менш 60 % правильних відповідей), перескладання відбувається у формі усної співбесіди з теоретичних питань модулю.
- Політика щодо академічної доброчесності: студенти мають свідомо дотримуватися «Положення про академічну доброчесність» (http://puet.edu.ua/sites/default/files/polozhennya_pro_akademichnu_dobrochesnist_2020.pdf); не допускати списування (один в одного, з власноруч написаного тексту, друкованого або електронного носія інформації тощо) під час виконання індивідуальних навчальних

завдань та дидактичних тестів; якісно оформлювати посилання на джерела інформації при написанні доповідей, підготовки презентацій, тез тощо.

- **Політика щодо відвідування:** відвідування лекцій та практичних занять є обов'язковими, якщо студент пропустив заняття, або отримав незадовільну оцінку, він має відпрацювати пропущене, або нескладене

шляхом вивчення матеріалів з відповідної теми в дистанційному курсі, виконання тематичного тесту для самоконтролю, написання конспекту з подальшим захистом під час індивідуальної консультації; за об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, стажування тощо) навчання може відбуватись в он-лайн формі (Moodle) за погодженням із провідним викладачем. Якщо заняття (за умов надзвичайної ситуації) проводяться дистанційно, студент має виходити на зв'язок із викладачем за розкладом занять та відповідно додаткової інструкції.

Політика зарахування результатів неформальної

освіти://puet.edu.ua/sites/default/files/polozhennya_pro_poryadok_zarahuvannya_rezultativ_neformalnoyi_osvit_y_2020.pdf

Неформальна освіта <http://puet.edu.ua/uk/neformalna-osvita>

Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-5): відвідування занять (5 балів); захист домашнього завдання (5 балів); обговорення матеріалу занять (5 бали); виконання навчальних завдань (5 балів); завдання самостійної роботи (2 бали); тестування (3 бали); поточна модульна робота (5 балів)	30
Модуль 2 (теми 6-10): відвідування занять (5 балів); захист домашнього завдання (5 балів); обговорення матеріалу занять (5 бали); виконання навчальних завдань (5 балів); завдання самостійної роботи (2 бали); тестування (3 бали); поточна модульна робота (5 балів)	30
Екзамен	40
Разом	100

Примітка: За додаткові види навчальних робіт студент може отримати додаткові бали (за участь у науковій роботі, олімпіаді тощо 20 балів), що додаються до загальної підсумкової оцінки за вивчення навчальної дисципліни, але загальна підсумкова оцінка не може перевищувати 100 балів.

Шкала оцінювання здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	Відмінно
82-89	B	Дуже добре
74-81	C	Добре
64-73	D	Задовільно
60-63	E	Задовільно достатньо
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни