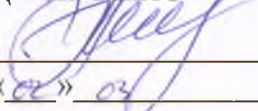


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**Національний авіаційний університет****Факультет економіки та бізнес-адміністрування****Кафедра маркетингу**

УЗГОДЖЕНО

Декал ФББА



С. Петровська

«02» 03 2020 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з навчальної роботи

 А. Гудманян

«03» 03 2020 р.



Система менеджменту якості


**РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«Соціально-ринкові комунікації»**

Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»
 Спеціальність: 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»
 Освітньо-професійна програма: «Фінанси і кредит»
 Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»
 Спеціальність: 071 «Облік і оподаткування»
 Освітньо-професійна програма: «Облік і аудит»
 Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»
 Спеціальність: 075 «Маркетинг»
 Освітньо-професійна програма: «Маркетинг»
 Освітньо-професійна програма: «Електронний маркетинг»
 Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»
 Спеціальність: 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
 Освітньо-професійна програма: «Підприємницька діяльність в авіації»
 Освітньо-професійна програма: «Підприємництво та бізнес-технології»
 Освітньо-професійна програма: «Митна та біржова справа»

Форма навчання	Сем.	Усього (год. / кредитів ECTS)	ЛКЦ	ПР.З	Л.З	СРС	ДЗ / РГР / К.р	КР / КП	Форма сем. контролю
Денна	2	120/4,0	36	18	–	66	1 д/з-2с	-	екз. – 2 с.
Заочна	2, 3	120/4,0	6	6	-	108	1 к-3 с	-	екз. – 3 с.

Індекс: № РБ - 6 - 071 /19-2.1.9, № РБ - 6 - 072 /19-2.1.9, № РБ - 6 - 075 /19-2.1.9, № РБ - 6 - 076 /19-2.1.9

Індекс: № РБ - 12 - 071 /19-2.1.9, № РБ - 12 - 072 /19-2.1.9, № РБ - 12 - 075 /19-2.1.9, № РБ - 12 - 076 /19-2.1.9

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Соціально-ринкові комунікації»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 07.01.03-01-2020
		Стор. 2 із 13	

Робочу програму навчальної дисципліни «Соціально-ринкові комунікації» розроблено на основі освітньої програми та робочих навчальних планів № РБ - 6 - 071 /19 та № РБ - 12 - 071 /19 спеціальності 071 «Облік і оподаткування» освітньо-професійна програма: «Облік і аудит», № РБ - 6 - 072 /19 та РБ - 12 - 072 /19 спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» освітньо-професійна програма: «Фінанси і кредит», № РБ - 6 - 075 /19 та РБ - 12- 075 /19 спеціальності 075 «Маркетинг» освітньо-професійних програм «Маркетинг» та «Електронний маркетинг», № РБ - 6 - 076 /19 та № РБ - 12 - 076 /19 спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» освітньо-професійних програм «Підприємницька діяльність в авіації», «Підприємництво та бізнес-технології», «Митна та біржова справа» та відповідних нормативних документів.

Робочу програму розробив
професор кафедри маркетингу _____



О.Кратт

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні кафедри маркетингу, протокол № 1 від «13» січня 2020 р.

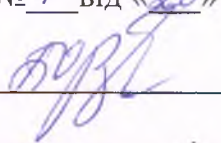
Завідувач кафедри _____



С.Смерічевський

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри спеціальності 071 «Облік і оподаткування» за освітньо-професійною програмою «Облік і аудит» - кафедри обліку та аудиту, протокол № 1 від «20» січня 2020 р.

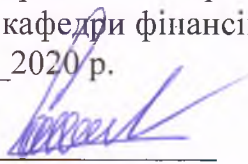
Т.в.о. завідувача кафедри _____



О.Попович

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» за освітньо-професійною програмою «Фінанси і кредит», - кафедри фінансів, банківської справи та страхування, протокол № 2 від «14» серпня 2020 р.

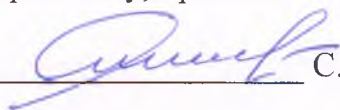
Завідувач кафедри _____




Н.Соловей

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри спеціальності 075 «Маркетинг» освітньо-професійних програм «Маркетинг» і «Електронний маркетинг» – кафедри маркетингу, протокол № 1 від «13» 01 2020 р.

Завідувач кафедри _____



С. Смерічевський

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Соціально-ринкові комунікації»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 07.01.03-01-2020
		Стор. 3 із 13	


Робочу програму схвалено на засіданні випускової кафедри спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за освітньо-професійними програмами «Підприємницька діяльність в авіації», «Підприємництво та бізнес-технології», «Митна та біржова справа» - кафедри економіки та бізнес-технологій, протокол № 1 від «14» січня 2020 р.

Завідувач кафедри _____  Н.Ушенко

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради факультету економіки та бізнес-адміністрування, протокол № _____ від «1» 29.01. 2020 р.

Голова НМРР _____  А. Тофанчук

Рівень документа – 3б
Плановий термін між ревізіями – 1 рік
Врахований примірник

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Соціально-ринкові комунікації»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 07.01.03–01–2020
		Стор. 4 із 13	

ЗМІСТ

	сторінка
Вступ	5
1. Пояснювальна записка	5
1.1. Заплановані результати	5
1.2. Програма навчальної дисципліни	6
2. Зміст навчальної дисципліни	8
2.1. Структура навчальної дисципліни (Тематичний план).....	8
2.2. Домашнє завдання/контрольна робота (ЗФН).....	9
2.3. Перелік питань для підготовки до екзамену.....	9
3. Навчально-методичні матеріали з дисципліни	9
3.1. Методи навчання	9
3.2. Рекомендована література (базова і допоміжна)	9
3.3. Інформаційні ресурси в Інтернеті	10
4. Рейтингова система оцінювання набутих студентом знань та вмінь	11



ВСТУП

Робоча програма (РП) навчальної дисципліни «Соціально-ринкові комунікації» розроблена на основі «Методичних рекомендацій до розроблення та оформлення робочої програми навчальної дисципліни денної та заочної форм навчання», затверджених розпорядженнями №071/роз. від 10.07.2019 р., № 88/роз. від 16.10.19 та відповідних нормативних документів.

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1.1. Заплановані результати.

Місце Навчальна дисципліна «Соціально-ринкові комунікації» входить до 2.1 Циклу професійної підготовки бакалаврів спеціальностей: 071 «Облік і оподаткування» освітньо-професійної програми «Облік і аудит», 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» освітньо-професійної програми «Фінанси і кредит», 075 «Маркетинг» освітньо-професійних програм «Маркетинг» і «Електронний маркетинг», 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» освітньо-професійних програм «Підприємницька діяльність в авіації», «Підприємництво та бізнес-технології» і «Митна та біржова справа» та викладається у другому семестрі.

Метою викладання дисципліни є: набуття студентами теоретичних знань з питань соціальних комунікацій в бізнес-середовищі, оволодіння практичними навичками організації ділових зустрічей, ведення переговорів, службового письмового спілкування, вміння формувати імідж ділової людини.

Завданнями вивчення навчальної дисципліни є: вивчення основних понять соціально-ринкових комунікацій; формування знань та вмінь з використання вербальних та невербальних засобів комунікації; формування вмінь ефективного використання маніпулятивних прийомів в діловій бесіді у ринковому середовищі; набуття практичних навичок ведення ділових переговорів у бізнес-середовищі; розв'язання конкретних завдань, що виникають в процесі ділових переговорів; формування вмінь творчого пошуку резервів підвищення ефективності програми комунікативної діяльності суб'єктів підприємства.

В результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен набути такі **компетентності:**

навички використання інформаційних і комунікаційних технологій;

здатність працювати в команді;

здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

Міждисциплінарні зв'язки: Навчальна дисципліна «Соціально-ринкові комунікації» базується на знаннях таких дисциплін Історія української державності та культури, Психологія, Соціологія, Інформатика та є базою для вивчення фахових дисциплін за освітньо-професійними програмами зазначених спеціальностей.



1.2. Програма навчальної дисципліни.

Навчальний матеріал дисципліни структурований за модульним принципом і складається з двох навчальних модулів, а саме:

– навчального модуля №1 «Загальнотеоретичні засади соціальних комунікацій у ринковому середовищі»

– навчального модуля №2 «Методико-практичний інструментарій соціальних комунікацій у ринковому середовищі», кожен з яких є логічною завершеною, відносно самостійною, цілісною частиною навчальної дисципліни, засвоєння якої передбачає проведення модульної контрольної роботи та аналіз результатів її виконання.

Модуль №1 «Загальнотеоретичні засади соціальних комунікацій у ринковому середовищі»

Тема 1.1 Соціальні комунікації як умова еволюції цивілізації.

Відзнаки соціальних комунікацій в українському суспільстві. Комунікація як універсальна форма соціальної взаємодії осіб. Підходи до розуміння соціальної комунікації. Мета, завдання, закони, принципи, функції . та види соціальної комунікації. Процес соціальної комунікації. Умовами успішної соціальної комунікації.

Тема 1.2 Соціальні комунікації у ринковому середовищі.

Ділові комунікації: синтез соціального і професійного. Дефініція поняття «соціально-ринкові комунікації». Мета, завдання, предмет та об'єкт соціально-ринкової комунікації. Типи ділових відносин. Функції соціально-ринкових комунікацій. Види ділового спілкування.

Тема 1.3 Вербальні засоби соціально-ринкових комунікацій.

Мова як засіб комунікації. Форми мовної комунікації. Усна і письмова комунікація. Правила успішної комунікації та аргументація. Наукові напрями дослідження мовленнєвого впливу: прагмалінгвістика, психолінгвістика, комунікативна лінгвістика, теорія мовної комунікації, сугестивна лінгвістика і нейролінгвістичне програмування.

Тема 1.4 Невербальні засоби соціально-ринкових комунікацій.


Сутність і особливості невербальної комунікації. Пара- і екстралінгвістичні компоненти невербальної комунікації. Міміка і погляд як невербальні засоби комунікації. Жести як невербальний засіб комунікації. Організація простору і часу як невербальні засоби комунікації. Поза і хода як невербальні засоби комунікації. Контакт очей як невербальний засіб комунікації. Імідж ділової людини.

Тема 1.5 Комунікативні бар'єри та їх подолання.

Навколишнє середовище як фактор бар'єру комунікації. Комунікативний бар'єр. Бар'єр темпераменту. Бар'єр акцентуації характеру. Бар'єр негативних емоцій. Бар'єр страждання. Бар'єр гніву. Бар'єр відрази й огиди. Бар'єр презирства. Бар'єр страху. Бар'єр сорому і провини. Бар'єр відсутності інтересу. Бар'єр мовлення. Бар'єр нехтування фактами. Технічні бар'єри. Бар'єри комунікації в організаціях. Конфлікт між сферами компетенції. Семантичні бар'єри. Невербальні міжособистісні перешкоди. Незадовільний зворотний зв'язок. Вирішення проблем структурних комунікацій. Запобігання виникнення бар'єрів.

Тема 1.6 Комунікативні конфлікти та їх подолання.

Поняття «конфлікт», суперечка», «протидія», «протиріччя» і «конфронтація». Теоретичні засади конфліктної комунікації. Види і причини конфліктів. Розгортання конфлікту в часі. Комунікативні стратегії в конфліктних ситуаціях (співробітництво, компроміс, уникнення, пристосування, суперництво, придушення, переговори), їхні

	<p>Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Соціально-ринкові комунікації»</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 07.01.03–01–2020
		Стор. 7 із 13	

тактичні складники, переваги й недоліки. Проблема сприйняття в умовах конфлікту. Суперечка, дискусія і критика в конфлікті. Стрес і конфлікт. Профілактика конфлікту.

Модуль №2 «Методико-практичний інструментарій соціальних комунікацій у ринковому середовищі»

Тема 2.1 Маніпуляції у соціально-ринкових комунікаціях.

Поняття маніпуляції в спілкуванні. Критерії маніпуляції. Відмінність між маніпулятивним впливом і особистим. Проникнення в психічну сферу. Експлуатація особистісних якостей. Відмінність маніпулятора. Маніпулятивні системи. Активний маніпулятор. Пасивний маніпулятор. Основні маніпулятивні системи і типи маніпуляторів. Прийоми маніпуляцій в діловій бесіді. Основні групи прийомів маніпуляції. Активна маніпуляція. Пасивна маніпуляція.

Тема 2.2 Етикет як технологія соціально-ринкових комунікацій.

Поняття ділового етикету. Діловий протокол. Етичні кодекси та їх значення. Основні норми та правила бізнес-етикету. Крос-національні відмінності бізнес-комунікації. Особливості ділового етикету в західноєвропейських країнах. Основні характеристики етики ділового спілкування у країнах Сходу. Особливості ділового поведінки і спілкування в США, Канаді.

Тема 2.3 Усні соціально-ринкові комунікації: стратегії, правила, форми.

Поняття ділової бесіди, її основні етапи. Форми ділового спілкування. Функції ділової бесіди. Основні етапи ділової бесіди. Особливості переговорного процесу. Причини переговорів. Особливості переговорів як специфічної форми ділового спілкування. Основні принципи ведення ділових переговорів. Умови ведення переговорів. Обов'язкові етапи переговорів. План переговорів. Етапи прийняття рішень. Етап розгляду можливих альтернативних рішень. Розробка заходів на виконання рішень.

Тема 2.4 Письмові соціально-ринкові комунікації: стратегії, правила, форми.

Писемне ділове мовлення. Місце і роль документально-інформаційних комунікацій у суспільстві. Інформаційні властивості і комунікаційні можливості документа. Поняття про документи, вимоги до них. Класифікація документів. Реквізити та їх розміщення на сторінці документа. Формуляр документа, поняття про бланк. Правила підготовки текстових матеріалів. Матеріали для преси: бекграундери, нюз-, або прес-реліз, медіа-кит, особисті або авторські статті, оглядові статті, факт-лист, форма «Питання-відповідь», біографія, заяви. Загальні правила відносин із ЗМІ як інструмент успішної комунікації.

Тема 2.5 Соціально-ринкові комунікації суб'єктів господарювання.

Призначення, сутність і завдання соціально-ринкових комунікацій суб'єктів господарської діяльності. Комунікація як функція управління суб'єктів господарювання. Внутрішнє і зовнішнє середовище суб'єктів господарювання. Соціальна структура комунікацій суб'єктів господарювання. Види комунікацій суб'єктів господарювання.

Тема 2.6 Новітні соціально-комунікаційні технології у ринковому середовищі.


Специфіка сучасних ділових комунікацій з огляду на розвиток інформаційних технологій. Інтернет-комунікації в контексті культури інформаційного суспільства. Комунікації в сучасному маркетингу: інтегровані маркетингові комунікації: сутність та процес формування. Сучасні інструменти комунікації в організації. Роль «теорії середнього рівня» Р. Мертона в становленні науки про PR. Сторітеллінг як продукт міфологічної комунікації.



2. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

2.1. Структура навчальної дисципліни (тематичний план)

№ по р	Назва теми (тематичного розділу)	Обсяг навчальних занять (год.)							
		Денна форма навчання				Заочна форма навчання			
		Усього	Лекції	Лаб./прак. заняття	СРС	Усього	Лекції	Лаб./прак. заняття	СРС
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Модуль №1 «Загальнотеоретичні засади соціальних комунікацій у ринковому середовищі»									
1.1	Соціальні комунікації як умова еволюції цивілізації	2 семестр				2 семестр			
		7	2	2	4	2	-	-	2
1.2	Соціальні комунікації у ринковому середовищі	7	2		4	4	1	-	3
1.3	Вербальні засоби соціально-ринкових комунікацій	7	2	2	4	4	1	-	3
1.4	Невербальні засоби соціально-ринкових комунікацій	7	2		4	4	1	-	3
1.5	Комунікативні бар'єри та їх подолання	9	2	2	5	4	1	-	3
1.6	Комунікативні конфлікти та їх подолання	9	2		5	3	-	-	3
1.7	Модульна контрольна робота №1	4	2	-	2	-	-	-	-
Усього за модулем №1		48	14	6	28	21	4		17
Модуль №2 «Методико-практичний інструментарій соціальних комунікацій у ринковому середовищі»									
2.1	Маніпуляції у соціально-ринкових комунікаціях	2 семестр				2 семестр			
		8	2	2	4	3	-	-	3
2.2	Етикет як технологія соціально-ринкових комунікацій	12	2 2	2	6	8	1	2	5
2.3	Усні соціально-ринкові комунікації: стратегії, правила, форми	12	2 2	2	6	8	1	2	5
2.4	Письмові соціально-ринкові комунікації: стратегії, правила, форми	12	2 2	2	6	3 семестр			
						32	-	2	30
2.5	Соціально-ринкові комунікації суб'єктів господарювання	10	2 2	2	4	30	-	-	30
2.6	Новітні соціально-комунікаційні технології у ринковому середовищі	6	2	2	2	10	-	-	10
2.7	Домашнє завдання/ Контрольна робота (ЗНФ)	8	-	-	8	8	-	-	8
2.8	Модульна контрольна робота №2	4	2	-	2	-	-	-	-
Усього за модулем №2		72	22	12	38	99	2	6	91
Усього за навчальною дисципліною		120	36	18	66	120	6	6	108

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Соціально-ринкові комунікації»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 07.01.03–01–2020
		Стор. 9 із 13	

2.2. Домашнє завдання/контрольна робота (ЗФН).

Домашнє завдання (Дз) / Контрольна робота (КР) з дисципліни виконується в установленому порядку методичних рекомендацій з метою закріплення та поглиблення теоретичних знань та вмінь, набутих студентом в процесі засвоєння всього навчального матеріалу дисципліни у сфері соціальної комунікації у ринковому середовищі.

Виконання Дз/КР є важливим етапом опанування теоретичних і практичних знань, вмінь і навичок щодо загальних і ділових компетенцій майбутніх фахівців.

Метою Дз/КР є формування у студентів практичних навичок вирішення конкретних питань, пов'язаних з використанням соціальних комунікацій фахівцями з управління і адміністрування у ринковому середовищі.

Виконання, оформлення та захист Дз/КР здійснюється студентом в індивідуальному порядку відповідно до методичних рекомендацій.

Час, потрібний для виконання Дз, – до 8 годин самостійної роботи студента.

2.3. Перелік питань для підготовки до екзамену

Перелік питань та зміст завдань розробляються провідним викладачем кафедри та затверджуються протоколом засідання кафедри та доводяться до відома студентів.

3. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ З ДИСЦИПЛІНИ

3.1. Методи навчання

При вивченні навчальної дисципліни використовуються наступні методи навчання: методи організації і навчально-пізнавальної діяльності (пояснення, інструктаж, розповідь, бесіда, робота з підручником, ілюстрування, демонстрування, самостійне спостереження, вправи);

методи стимулювання навчальної діяльності (дискусія, забезпечення успіху в навчанні, створення ситуацій інтересу і новизни у викладенні, новизни, опора на життєвий досвід студента; стимулювання обов'язку і відповідальності в навчанні);

методи контролю і самоконтролю у навчанні (усний, письмовий, тестовий, графічний, самоконтроль і самооцінка).

3.2. Рекомендована література

Базова література

3.2.1 Ботвина Н.В. Міжнародні культурні традиції: мова та етика ділової комунікації: навчальний посібник. Київ: АртЕк, 2002. 208 с.

3.2.2 Бобіна О.В. Ділові комунікації і конфліктологія: методичні вказівки для самостійної роботи. Миколаїв: Вид- НУК, 2011. 56 с.

3.2.3 Бабинець М., Козубовська І. Особливості ділового листування в менеджменті. *Науковий вісник Ужгородського нац. ун-ту. Серія: Педагогіка. Соціальна робота.* 2013. № 28. С. 10-12.

3.2.4 Васильєва О.А. Психологія ділового спілкування: навчально-методичний посібник. Ізмаїл: ІДГУ, 2018. 177 с.

3.2.5 Глазкова І.Я. Комунікативні бар'єри: сутність, причини появи, типологія. *Гуманізація навчально-виховного процесу: зб. наук. праць.* Слов'янськ: СДПУ, 2011. С. 250-260.

3.2.6 Дмитренко Т.О. Сутність комунікації як універсальної форми соціальної



взаємодії людей. *Вісник Харківської державної академії культури*. 2010. № 30: С. 88-95.

3.2.7 Доброскок І.І., Овсієнко Л.М. Організація сучасної ділової комунікації : навч. посібник для студентів ВНЗ. Переяслав-Хмельницький : «Вид-во КСВ», 2015. 446 с.

3.2.8 Лесько О.Й., Прицак М.Д., Залюбівська О.Б., Рузакова Г.Г. Етика ділових відносин : навчальний посібник. Вінниця : ВНТУ, 2011. 309 с.

3.2.9 Етика ділового спілкування: навч.-метод. посібник для студентів ВНЗ та магістрантів спец. «Менеджмент» / укл. Т.І. Білобровко, О.Г. Маркова. Переяслав-Хмельницький : ПХДПУ ім. Г. Сковороди», 2016. 137 с.

3.2.10 Забродська Н.В. Передумови успішної комунікації. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2005. № 22. С. 113-115.

3.2.11 Конспект лекцій з дисципліни «Соціальні комунікації в управлінні» для студентів всіх спеціальностей / Укладач К.Ю. Богомаз. Дніпродзержинськ, ДДТУ, 2016. 84 с.

3.2.12 Корнева Л.М. Невербальні засоби в міжкультурній комунікації. *Культура народів Причерномор'я*. 2004. № 49. Т.1. С. 88-90.

3.2.13 Ковалевська Т.Ю. Актуальні напрями дослідження вербального впливу. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2014. Вип. 3. С.110-117.

3.2.14 Ковалинська І.В. Невербальна комунікація : навч. посіб. / Київський ун-т імені Бориса Грінченка. Київ: Вид-во «Освіта України», 2014. 289 с.

3.2.15 Мікрюкова К.О. Етика ділового мовлення: навч.-метод. комплекс навч. дисципліни для напряму 035 Філологія. / Миколаївський нац. ун-т ім. В.О. Сухомлинського. Миколаїв: МНУ, 2017. 101 с.

3.2.16 Молоткіна В.К. Організація сучасної ділової комунікації: навч.-метод. посібник. Переяслав-Хмельницький: «Видавництво КСВ», 2018. 267 с.

Допоміжна література

3.2.17 Охріменко Н.Д., Підгурська В.Ю. *Культура ділової комунікації: навч.-метод. посібник*. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка. 2005. 124 с.

3.2.18 Павленко О.О. *Теорія і практика навчання ділової комунікації : монографія*. Дніпропетровськ : АМСУ, 2003. 261 с.

3.2.19 Холод О. Види соціально-комунікаційних технологій. *Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського*, 2011. Вип. 32. С. 7-20.

3.2.20 Чайка Л.В. До типології вербальних конфліктів. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія: наук. збірник*. Одеса, 2018. № 37. Том 2. С 159-162.

3.3. Інформаційні ресурси в інтернеті

3.3.1 html <http://studentam.net/content/category/1/106/116/>

3.3.2. <http://biz-katalog.info/content/view/219/88/>


3.3.3. <http://www.bsconsulting.kiev.ua/library/default>.

3.3.4. html www.proreklamu.com

3.3.5 <http://www.pr-center.org.ua/links.php> <http://www.mami.org.ua>

3.3.6 <http://www.praktyka.com.ua> <http://propr.com.ua/>

3.3.7 www.pr-service.com.ua <http://reklamist.com.ua>

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Соціально-ринкові комунікації»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 07.01.03–01–2020
		Стор. 11 із 13	

4. РЕЙТИНГОВА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ НАБУТИХ СТУДЕНТОМ ЗНАНЬ ТА ВМІНЬ

4.1. Оцінювання окремих видів виконаної студентом навчальної роботи здійснюється в балах відповідно до табл.4.1. та 4.1.1

Таблиця 4.1

Вид навчальної роботи	Мах кількість балів		Вид навчальної роботи	Мах кількість балів	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання		Денна форма навчання	Заочна форма навчання
2 семестр					
Модуль № 1 «Загальнотеоретичні засади соціальних комунікацій у ринковому середовищі»			Модуль № 2 «Методико-практичний інструментарій соціальних комунікацій у ринковому середовищі»		
Тестовий контроль	15	15	Тестовий контроль	10	10
Пояснення, розповідь, бесіда, демонстрування, самостійне спостереження.	5	15	Домашнє завдання / Контрольна робота (ЗФН)	10	20
<i>Для допуску до виконання модульної контрольної роботи №1 студент має набрати не менше</i>	12	-	<i>Для допуску до виконання модульної контрольної роботи №2 студент має набрати не менше</i>	12	-
Виконання модульної контрольної роботи №1	10	-	Виконання модульної контрольної роботи №2	10	-
Усього за модулем №1	30	30	Усього за модулем №2	30	30
Усього за модулями №1, №2				60	60
Семестровий екзамен				40	40
Усього за дисципліною				100	

4.2. Виконані види навчальної роботи зараховуються студенту, якщо він отримав за них позитивну рейтингову оцінку.

4.3. Сума рейтингових оцінок, отриманих студентом за окремі види виконаної навчальної роботи, становить поточну модульну рейтингову оцінку, яка заноситься до відомості модульного контролю.


4.4. Сума підсумкової семестрової модульної та екзаменаційної рейтингових оцінок, у балах становить підсумкову семестрову рейтингову оцінку, яка перераховується в оцінки за національною шкалою та шкалою ECTS.



4.5. Підсумкова семестрова рейтингова оцінка в балах, за національною шкалою та шкалою ECTS заноситься до заліково-екзаменаційної відомості, навчальної картки та залікової книжки студента, наприклад, так: *92/Відм./А, 87/Добре/В, 79/Добре/С, 68/Задов./D, 65/Задов./E* тощо.

4.7. Підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни дорівнює підсумковій семестровій рейтинговій оцінці. Зазначена підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни заноситься до Додатку до диплома.

АРКУШ ПОШИРЕННЯ ДОКУМЕНТА

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Соціально-ринкові комунікації»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 07.01.03-01-2020
	Стор. 13 із 13		

№ прим.	Куди передано (підрозділ)	Дата видачі	П.І.Б. отримувача	Підпис отримувача	Примітки
1	ОЗОК	03.03.20	Фрідріх Меленко	<i>[Signature]</i>	

(Ф 03.02 – 02)

АРКУШ ОЗНАЙОМЛЕННЯ З ДОКУМЕНТОМ

№ пор.	Прізвище ім'я по-батькові	Підпис ознайомленої особи	Дата ознайомлення	Примітки

(Ф 03.02 – 04)

АРКУШ РЕЄСТРАЦІЇ РЕВІЗІЇ

№ пор.	Прізвище ім'я по-батькові	Дата ревізії	Підпис	Висновок щодо адекватності

(Ф 03.02 – 03)

АРКУШ ОБЛІКУ ЗМІН

№ зміни	№ листа (сторінки)				Підпис особи, яка внесла зміну	Дата внесення зміни	Дата введення зміни
	Зміненого	Заміненого	Нового	Анульованого			

(Ф 03.02 – 32)

УЗГОДЖЕННЯ ЗМІН

	Підпис	Ініціали, прізвище	Посада	Дата
Розробник				
Узгоджено				
Узгоджено				
Узгоджено				