
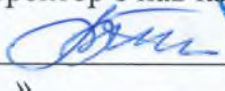
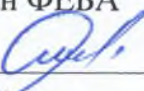


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Національний авіаційний університет  
Факультет економіки та бізнес-адміністрування  
Кафедра маркетингу



ПОГОДЖЕНО  
Проректор з наукової роботи  
  
С. Романенко  
«    »                    2021 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Проректор з навчальної роботи  
  
А. Долухін  
«    »                    2021 р.

УЗГОДЖЕНО  
Декан ФЕБА  
  
С. Смерічевський  
«    »                    2021р.



Система менеджменту якості

**РОБОЧА ПРОГРАМА**  
навчальної дисципліни  
**«Тенденції розвитку та сучасний**  
**міждисциплінарний науковий дискурс у галузі маркетингу»**


Освітньо-наукова програма  
Галузь знань:  
Спеціальність

«Маркетинг»  
07 «Управління та адміністрування»  
075 «Маркетинг»

Форма навчання	Сем.	Усього (год. / кредитів ECTS)	Лекції	Практичні заняття	Л.З	СРС	Форма підсумк. контролю
Денна	1	90 / 3,0	10	20	–	60	Диф.залік 1 с

Індекс: № НДФ-06/02-075/21 – 1.3.1

СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2021

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Тенденції розвитку та сучасний міждисциплінарний науковий дискурс у галузі маркетингу»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2021
		стор. 2 з 13	

Робочу програму навчальної дисципліни «Тенденції розвитку та сучасний міждисциплінарний науковий дискурс у галузі маркетингу» розроблено на основі освітньо-наукової програми та робочих навчальних планів № НДФ-06/02-075/21 підготовки здобувачів вищої освіти третього рівня (доктора філософії) галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг».

Робочу програму розробив:  
професор кафедри маркетингу,  
д.е.н., професор



С.Ф. Смерічевський

доцент кафедри маркетингу  
к.держ.упр., доцент



О.О.Казанська

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри освітньо-наукової програми «Маркетинг», спеціальності 075 «Маркетинг» – кафедри маркетингу, протокол №9 від 13.05.2021 р.

Гарант ОНП «Маркетинг»

Т.в.о. зав. кафедри  
маркетингу



Т.В. Князева

Г.А. Радченко

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради факультету економіки та бізнес-адміністрування, протокол № 5 від 19.05 2021 р.

Голова НМРР



А.Т. Тофанчук

УЗГОДЖЕНО

Завідувач аспірантури та докторантури


 А.П. Лелеченко

«  »    2021 р.

Рівень документа – 3б


Плановий термін між ревізіями – 1 рік

**Врахований примірник**

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Тенденції розвитку та сучасний міждисциплінарний науковий дискурс у галузі маркетингу»	Шифр документа	СМЯНАУ РП 11.01.03-01-2021
		стор. 3 з 12	

## ЗМІСТ

<b>Вступ</b> .....	4
<b>1. Пояснювальна записка</b> .....	4
1.1. Мета та завдання навчальної дисципліни .....	4
1.2. Очікувані результати навчання .....	4
1.3. Передумови вивчення навчальної дисципліни.....	6
<b>2. Зміст навчальної дисципліни</b> .....	6
2.1. Програма навчальної дисципліни.....	6
2.2. Тематичний план навчальної дисципліни.....	8
2.3. Самостійна робота аспірантів.....	8
<b>3. Навчально-методичні матеріали</b> .....	8
3.1. Методи навчання .....	8
3.2. Рекомендована література (базова і допоміжна) .....	8
3.3. Інформаційні ресурси в Інтернеті .....	9
<b>4. Система оцінювання результатів навчання</b> .....	9
4.1. Засоби діагностики результатів навчальної діяльності.....	9
4.2. Форми контролю результатів навчання та їх оцінювання.....	9
4.3. Критерії оцінювання досягнень аспірантів.....	11

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Тенденції розвитку та сучасний міждисциплінарний науковий дискурс у галузі маркетингу»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2021
		стор. 4 з 12	

## ВСТУП

Робоча програма (РП) навчальної дисципліни «Тенденції розвитку та сучасний міждисциплінарний науковий дискурс у галузі маркетингу» розроблена на основі «Методичних рекомендацій до розроблення і оформлення робочої програми навчальної дисципліни денної та заочної форм навчання», затверджених наказом ректора від 01.06.2021 № 321/од, та відповідних нормативних документів.

### ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

#### 1.1. Мета та завдання навчальної дисципліни.

*Метою дисципліни* є пізнання сучасних теоретичних та методичних підходів до проведення наукових досліджень, орієнтованих на розв'язання широкого кола проблем в маркетингу в рамках розвитку сучасних концепцій маркетингу за допомогою математичних методів обробки даних.

*Завдання* вивчення дисципліни: формування теоретичного й практичне підґрунтя для ефективного, кваліфікованого проведення наукових досліджень здобувачами, як у процесі навчання, так і на практиці; ознайомлення з вимогами, що пред'являються до наукових досліджень в маркетингу, основами їх планування, організації; озброєння здобувачів інструментарієм наукових методів, які можуть бути з користю застосовані в процесі дослідження складних систем: економічних, педагогічних, математичних, інформаційних та маркетингових; формування навички ефективної роботи з джерелами інформації; отримання комплексу знань та вмінь, які допоможуть здобувачам у майбутньому здійснювати діяльність пошукового і творчого характеру в процесі виконання своїх професійних обов'язків.

#### 1.2. Очікувані результати навчання.

*Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна:*

ІК. Здатність розв'язувати комплексні проблеми в галузі професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері маркетингу, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики.

ЗК 01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;

ЗК 02. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;

ЗК 03. Здатність працювати в міжнародному науковому контексті;


СК 02. Здатність усно і письмово презентувати та обговорювати результати наукових досліджень та інноваційних розробок українською та англійською мовами, глибоке розуміння англомовних наукових текстів за напрямом досліджень;

СК 04. Здатність здійснювати науково-педагогічну діяльність у вищій освіті;

СК 05. Здатність дотримуватись етики досліджень, а також правил академічної доброчесності в наукових дослідженнях та науково-педагогічній діяльності;

СК 06. Здатність критичного переосмислення сучасної теорії, методології та практики маркетингу для проведення власних оригінальних наукових досліджень;

СК 07. Здатність до виявлення та формалізації закономірностей розвитку об'єктів та суб'єктів маркетингу на основі прикладних досліджень;

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Тенденції розвитку та сучасний міждисциплінарний науковий дискурс у галузі маркетингу»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2021
		стор. 5 з 12	

СК 08. Здатність виявляти, ставити та вирішувати проблемидослідницького характеру відповідно до сучасного наукового дискурсу в сфері маркетингу, моделювати відповідні об'єкти досліджень, математично обробляти дані, оцінювати та забезпечувати якість виконуваних досліджень;

СК 09. Здатність ініціювати, розробляти і реалізовувати комплексні інноваційні наукові проекти в сфері маркетингу та дотичні до неї міждисциплінарні проекти, застосовувати сучасні методи наукометрії під час їх реалізації;

СК 10. Здатність до системного наукового світогляду, загальнокультурного кругозору, застосування сучасних методологій та методів наукової діяльності за фахом;

СК 12. Здатність до пошуку та аналізу нової інформації щодо особливостей розвитку сучасних теорій і концепцій маркетингу, розширення та переоцінка існуючих знань і професійної практики, створення нових знань з використанням прогресивних методів наукового пошуку.

*Програмні результати:*

ПРН 01. Мати передові концептуальні та методологічні знання з маркетингу і на межі предметних галузей, а також дослідницькі навички, достатні для проведення наукових і прикладних досліджень на рівні останніх світових досягнень з відповідного напрямку, отримання нових знань та здійснення інновацій;

ПРН 02. Вільно презентувати та обговорювати з фахівцями і нефахівцями результати досліджень, наукові та прикладні проблеми сучасного маркетингу державною та іноземною мовами, кваліфіковано відображати результати досліджень у наукових публікаціях у провідних міжнародних наукових виданнях;


ПРН 05. Представляти результати самостійних оригінальних наукових досліджень, результати яких мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення з дотриманням належної академічної доброчесності, а також демонструвати володіння методологією викладання професійно-орієнтованих дисциплін і нести відповідальність за навчання інших;

ПРН 06. Демонструвати системність наукового світогляду і здатність інтерпретувати сучасні теорії та концепції маркетингу, в тому числі на межі предметних галузей, з метою отримання нових теоретичних і прикладних результатів;

ПРН 07. Здійснювати самостійні дослідження наукового і прикладного характеру в сфері маркетингу, управління та адміністрування з метою встановлення траєкторії розвитку реальних ринкових процесів і поведінки ринкових суб'єктів;

ПРН 08. Формулювати наукову проблему з огляду на ціннісні орієнтири сучасного суспільства та стан її наукової розробки, а також робочі гіпотези досліджуваної проблеми, які мають розширювати і поглиблювати стан наукових досліджень в сфері маркетингу;

ПРН 09. Формулювати і перевіряти гіпотези; використовувати для обґрунтування висновків належні докази, зокрема, результати теоретичного аналізу, експериментальних досліджень (опитувань, спостережень тощо) і математичного та комп'ютерного моделювання, наявні літературні дані;

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Тенденції розвитку та сучасний міждисциплінарний науковий дискурс у галузі маркетингу»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2021
		стор. 6 з 12	

ПРН 10. Планувати і виконувати експериментальні та теоретичні дослідження з маркетингу та дотичних міждисциплінарних напрямів з використанням сучасних інструментів, критично аналізувати результати власних досліджень і результати інших дослідників у контексті усього комплексу сучасних знань щодо досліджуваної проблеми, застосовувати сучасні методи наукометрії та лідерство під час реалізації наукових проектів.

### **1.3. Передумови вивчення навчальної дисципліни**

Навчальна дисципліна «Тенденції розвитку та сучасний міждисциплінарний науковий дискурс у галузі маркетингу» посідає важливе місце серед дисциплін, що викладаються здобувачам третього рівня вищої освіти. Вона тісно пов'язана із вивченням таких дисциплін, як «Філософія науки та інновацій», «Правове, економічне та інформаційне забезпечення наукових досліджень» та ін.

## **2. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

### **2.1. Програма навчальної дисципліни**

Навчальний матеріал дисципліни структурований за модульним принципом і складається з одного навчального модуля, що є логічно завершеною, відносно самостійною, цілісною частиною навчального плану, засвоєння якого передбачає проведення модульної контрольної роботи та аналіз результатів її виконання.

**Модуль №1 «Тенденції розвитку та сучасний міждисциплінарний науковий дискурс у галузі маркетингу»**


**Інтегровані вимоги модуля №1:** формування в майбутніх фахівців компетентностей, необхідних для кваліфікованого застосування методологічних принципів і методів наукової діяльності в сфері маркетингу.

#### **Тема 1. Наука і наукове дослідження в маркетинговому середовищі.**

Предмет і сутність науки та її головна функція. Наука як динамічна система знань. Класифікація наук та взаємозв'язок між ними. Підходи до класифікації наук: методологічний, гносеологічний, логічний. Мета і завдання фундаментальних та прикладних наук. Організація науково-дослідної роботи в Україні. Глобальне завдання науково-технічної діяльності в перспективі. Міжнародна науково-технічна співпраця України. Міжнародні програми розвитку науково-технічної співпраці між Україною і Європейським Союзом.

#### **Тема 2. Місце та роль системної методології у пізнанні природи та суспільства.**

Необхідність комплексного дослідження і моделювання інформаційних процесів на засадах системного аналізу. Основні переваги системного підходу при дослідженні складних інформаційних об'єктів. Прогностичне бачення системності і системного підходу. Необхідність комплексного дослідження і моделювання інформаційних процесів на засадах системного аналізу. Виникнення і розвиток системних теорій. Виникнення й розвиток науки про системи. Системоутворюючі

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Тенденції розвитку та сучасний міждисциплінарний науковий дискурс у галузі маркетингу»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2021
		стор. 7 з 12	

фактори. Системне розуміння суспільства. Синергетичний підхід до дослідження інформаційних систем. Системний підхід як методологія обґрунтування рішень. Системний аналіз в управлінні. Технології прийняття управлінських рішень, їх особливості та їх практичне використання

### **Тема 3. Сучасні концепції маркетингу.**


Концепція зеленого маркетингу, інноваційний маркетинг, цифровий маркетинг, маркетинг цінностей та інші. Їх зміст, розвиток в рамках різних наукових шкіл, зарубіжний досвід досліджень та наукових підходів в рамках кожної окремої концепції. Нові вимоги до адаптації сучасної концепції маркетингу до потреб суспільства в умовах глобалізації. Необхідність комбінування різних концепцій відповідно стратегічним цілям, стану ринку, особливостям товару або послуги

### **Тема 4. Інформаційне забезпечення наукових досліджень.**

Поняття, терміни та роль інформації в проведенні наукових досліджень. Види та галузі інформації. Пошук вторинної документальної інформації з теми дослідження, бібліографічні видання. Отримання і аналіз первинної інформації. Інформація в інформаційно-пошукових системах бібліотек та установах науково-технічної інформації. Вторинна інформація. Процес збору та аналізу наукової інформації. Бібліотечно-бібліографічні джерела інформації та автоматизовані системи обробки інформації на ЕОМ. Каталоги, їх види та характеристика. Техніка роботи з науковою літературою. Оформлення бібліографічного опису літератури та списку використаних джерел в процесі наукового дослідження.

### **Тема 5. Організаційні засади наукових досліджень в маркетингу.**

Сутність та основні етапи організації досліджень. Явища і процеси економічного розвитку, їх пізнання. Етапи наукових досліджень. Вибір проблеми та вимоги до теми дослідження. Дослідницька робота в маркетингу як особливий вид діяльності. Вимоги, що ставляться до теми дослідження в сфері маркетингу.. Поняття, терміни та роль інформації в проведенні наукових досліджень. Види та галузі інформації. Пошук вторинної документальної інформації з теми дослідження, бібліографічні видання. Отримання і аналіз первинної інформації. Інформація в інформаційно-пошукових системах бібліотек та установах науково-технічної інформації. Вторинна інформація. Процес збору та аналізу наукової інформації. Бібліотечно-бібліографічні джерела інформації та автоматизовані системи обробки інформації на ЕОМ.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Тенденції розвитку та сучасний міждисциплінарний науковий дискурс у галузі маркетингу»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2021
		стор. 8 з 12	

## 2.2. Тематичний план

№ з/п	Назва теми (тематичного розділу)	Обсяг навчальних занять (год.)			
		Денна форма навчання			
		Усього	Лекції	Лаб./прак. заняття	СРС
1.1	Наука і наукове дослідження в маркетинговому середовищі	16	2	2 2	10
1.2	Місце та роль системної методології у пізнанні природи та суспільства	16	2	2 2	10
1.3	Сучасні концепції маркетингу	16	2	2 2	10
1.4	Інформаційне забезпечення наукових досліджень	16	2	2 2	10
1.5	Організаційні засади наукових досліджень в маркетингу	14	2	2	10
1.6	Модульна контрольна робота №1	12	-	2	10
<b>Усього за модулем №1</b>		<b>90</b>	<b>10</b>	<b>20</b>	<b>60</b>
<b>Усього за навчальною дисципліною</b>		<b>90</b>	<b>10</b>	<b>20</b>	<b>60</b>

## 2.3. Самостійна робота аспірантів.

Перелік питань для підготовки до самостійної роботи розробляються провідним викладачем кафедри, затверджується протоколом засідання кафедри доводиться до відома здобувачів.

## 3. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ З ДИСЦИПЛІНИ

### 3.1. Методи навчання

Методи навчання з дисципліни «Тенденції розвитку та сучасний міждисциплінарний науковий дискурс у галузі маркетингу» — взаємопов'язана діяльність викладача та здобувача спрямована на засвоєння ними системи знань, набуття умінь і навичок.

В процесі викладання дисципліни, під час проведення практичних занять використовуються наступні методи: словесні (бесіда, пояснення, доповідь), наочні (презентація, ілюстрування), практичні (тестові завдання, кейси, виконання розрахунково-графічних завдань), методи контролю.


### 3.2. Рекомендована література

#### Базова література

3.2.1. Бірта Г. О. Методологія і організація наукових досліджень. [текст] : навч. посіб. / Г. О. Бірта, Ю.Г. Бургу. К. : «Центр учбової літератури», 2014. 142 с.

3.2.2. Головань С. М. Методологія та організація наукових досліджень : підручник. Луганськ : Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2011. 330 с.



	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Тенденції розвитку та сучасний міждисциплінарний науковий дискурс у галузі маркетингу»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2021
		стор. 9 з 12	

3.2.3. Демківський А. В. Основи методології наукових досліджень : навч. посіб. / А. В. Демківський, П. І. Безус. К. : Акад. муніцип. упр., 2012. 276 с.

3.2.4. Методика та організація наукових досліджень : Навч. посіб. / С. Е. Важинський, Т. І. Щербак. Суми: СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2016. 260 с.

3.2.5. Системний аналіз інформаційних процесів: Навч. посіб. / В. М. Варенко, І. В. Братусь, В. С. Дорошенко, Ю. Б. Смольніков, В. О. Юрченко. – К.: Університет «Україна», 2013. 203 с.

3.2.6. Швець Ф. Д. Методологія та організація наукових досліджень: навч. посіб. Віче : НУВГП, 2016. 151 с.

#### *Допоміжна література*

3.2.7. Закон України «Про вищу освіту» /ВВР № 37-38, 2014.  
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text>

3.2.8. Кустовська О. В. Методологія системного підходу та наукових досліджень: Курс лекцій. Тернопіль: Економічна думка, 2005. 124 с.

### **3.3. Інформаційні ресурси в Інтернеті**

3.3.1. <http://zakon.rada.gov.ua> - законодавство України;

3.3.2. <http://www.nbuv.gov.ua> - Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського;

3.3.3. <http://www.dilovy.org.ua> – діловодство;

3.3.5. <http://vak.org.ua> - Вища атестаційна комісія України;

3.3.6. <http://www.ukrstat.gov.ua> - Державна служба статистики України;

3.3.7. <http://barhan.poll/ava,ua/marek/> – розділ маркетинг і реклама: теорія, практичні поради;

3.3.8. <http://www.dssu.gov.ua> (Державний комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики);

3.3.9. <http://www.mr.com.ua> – «Маркетинг і реклама» – український професійний журнал;

3.3.10. <http://udc.com.ua/> – проект про бізнес-технології, головні теми: кооперація, системи управління якістю, маркетинг і Internet, дисконтна програма;

3.3.11. <http://www.i2.com.ua> – Бібліотека інтелектуальні системи прогнозування: фінанси, валюта, економіка, маркетинг, менеджмент, цінні папери, біржі.

## **4. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ**

### **4.1. Засоби оцінювання результатів навчальної діяльності.**

Діагностика навчальних досягнень аспірантів здійснюється шляхом обов'язкового виконання аспірантами таких видів начальної діяльності:

- виконання завдань на практичних заняттях;
- написання наукової роботи (тезисів або статті до наукового видання);
- виконання модульної контрольної роботи;

### **4.2. Форми контролю результатів навчання та їх оцінювання.**

4.2.1. Оцінювання навчальної роботи аспіранта здійснюється в балах

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Тенденції розвитку та сучасний міждисциплінарний науковий дискурс у галузі маркетингу»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2021
		стор. 10 з 12	

відповідно до табл. 4.1.

Таблиця 4.1

Вид навчальної роботи	Максимальна кількість балів
	Денна форма навчання
<b>Модуль 1. Тенденції розвитку та сучасний міждисциплінарний науковий дискурс у галузі маркетингу</b>	
Виконання практичних задач та аналіз кейсів	80 (4×20 балів)
<i>Для допуску до виконання модульної контрольної роботи №1 студент має набрати не менше</i>	<i>48 балів</i>
Виконання модульної контрольної роботи №1	20
Виконання та захист домашньої (контрольної) роботи	-
<b>Усього за модулем №1</b>	<b>100</b>
<b>Усього за дисципліною</b>	<b>100</b>

4.2.2. Переведення підсумкової рейтингової оцінки в балах в оцінки за національною шкалою та шкалою ECTS здійснюється відповідно до табл. 4.2.

Таблиця 4.2.

Відповідність підсумкової семестрової рейтингової оцінки в балах оцінці за національною шкалою та шкалою ECTS

11	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	
		Оцінка	Пояснення
90-100	<b>Відмінно</b>	<b>A</b>	<b>Відмінно</b> (відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок)
82-89	<b>Добре</b>	<b>B</b>	<b>Дуже добре</b> (вище середнього рівня з кількома помилками)
75-81		<b>C</b>	<b>Добре</b> (в загальному вірне виконання з певною кількістю суттєвих помилок)
67-74	<b>Задовільно</b>	<b>D</b>	<b>Задовільно</b> (непогано, але зі значною кількістю недоліків)
60-66		<b>E</b>	<b>Достатньо</b> (виконання задовольняє мінімальним критеріям)
35-59	<b>Незадовільно</b>	<b>FX</b>	<b>Незадовільно</b> (з можливістю повторного складання)
1-34		<b>F</b>	<b>Незадовільно</b> (з обов'язковим повторним курсом)

4.2.3. Підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни заноситься до заліково-екзаменаційної відомості, індивідуального навчального плану аспіранта та до академічної довідки про виконання освітньо-наукової програми.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Тенденції розвитку та сучасний міждисциплінарний науковий дискурс у галузі маркетингу»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2021
		стор. 11 з 12	

### 4.3. Критерії оцінювання досягнень аспірантів.

4.3.1. Критерієм успішного проходження аспірантом оцінювання є досягнення ним мінімальних рівнів оцінок за кожним запланованим видом навчальної діяльності.

Виконані види навчальної роботи зараховуються аспіранту, якщо він отримав за них позитивну оцінку (за національною шкалою) відповідно до даних табл. 4.3.

Таблиця 4.3.

Відповідність рейтингових оцінок за окремі види навчальної роботи в балах оцінкам за національною шкалою


Виконання завдань на практичних заняттях	Написання наукової роботи (підготовка тезисів або наукової статті)	Виконання модульної контрольної роботи	Оцінка за національною шкалою
18-20	36-40	18-20	Відмінно
15-17	30-35	15-17	Добре
12-14	24-29	12-14	Задовільно
менше 12	менше 23	менше 12	Незадовільно

4.3.2. Аспірант допускається до виконання модульної контрольної роботи за умови наявності у нього поточної модульної рейтингової оцінки величиною не менше 60% максимальної поточної модульної рейтингової оцінки.

Слід мати на увазі, що отримання аспірантом лише мінімальних оцінок за виконання окремих видів навчальної роботи з певного модуля може виявитися недостатнім для отримання допуску до виконання модульної контрольної роботи та потребуватиме виконання ним додаткового індивідуального завдання, захистити його з позитивною оцінкою в балах, яка буде додана до поточної модульної рейтингової оцінки.

4.3.3. До заліку аспірант допускається за умови отримання позитивних (за національною шкалою) контрольних модульних рейтингових оцінок.

У разі отримання незадовільних контрольної модульної чи рейтингових оцінок аспірант повинен повторно пройти відповідний контроль в установленому порядку. При повторному його проходженні максимальна величина рейтингової оцінки в балах не повинна перевищувати максимальне значення оцінки «Добре» за національною шкалою.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Тенденції розвитку та сучасний міждисциплінарний науковий дискурс у галузі маркетингу»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2021
		стор. 12 з 12	

(Ф 03.02 – 01)

**АРКУШ ПОШИРЕННЯ ДОКУМЕНТА**

№ прим.	Куди передано (підрозділ)	Дата видачі	П.І.Б. отримувача	Підпис отримувача	Примітки

(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	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				