

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний авіаційний університет
Факультет лінгвістики та соціальних комунікацій
Кафедра соціальних технологій

УЗГОДЖЕНО
Декан ФЛСК

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з навчальної роботи

_____ Н. Ладогубець

_____ А. Полухін

«___» _____ 2021 р.

«___» _____ 2021 р.



Система менеджменту якості

РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«Організація зв'язків з громадськістю (Public relations)»

Освітньо- професійна програма: « Соціальна робота»

Галузь знань: 23 «Соціальна робота»

Спеціальність: 231 «Соціальна робота»

Форма навчання	Семестр	Усього (годин/кредитів ECTS)	ЛКЦ	ПРЗ	ЛЗ	СРС	ДЗ / РГР /К.р	КР / КП	Форма сем. контролю
Денна:	1	120/4,0	17	17	-	86	-	КР-1 с.	диф.залік 1с
Заочна	1	120/4,0	6	8	-	106	1 к.р-1с	КР-1с.	диф.залік 1с

Індекс: РМ-8-231/21-2.1.2

Індекс: РМ-12-231з/21-2.1.2

СМЯ НАУ РП 12.01.13-01-2021

Робочу програму навчальної дисципліни «Організація зв'язків з громадськістю (Public relations)» розроблено на основі освітньо-професійної програми «Соціальна робота», навчальних та робочих навчальних планів № НМ-8-231/21, № РМ-8-231/21 та № РМ-8-231з/21 підготовки здобувачів вищої освіти освітнього ступеня "Магістр" за спеціальністю 231 "Соціальна робота" та відповідних нормативних документів.

Робочу програму розробила:
професор кафедри соціальних технологій

О.Котикова

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри освітньо-професійної програми «Соціальна робота», спеціальності 231 "Соціальна робота" – кафедри соціальних технологій, протокол №__7__ від "__11__" _____05____2021р.

Гарант освітньо-професійної програми _____

О. Котикова

Завідувач кафедри _____

О. Котикова

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради Факультету лінгвістики та соціальних комунікацій, протокол №_____ від "_____" _____2021 р.

Голова НМРР _____ А. Кокарева

Рівень документа – 3б

Плановий термін між ревізіями – 1 рік

Контрольний примірник

ЗМІСТ

Вступ	
1. Пояснювальна записка	4
1.1. Місце, мета, завдання навчальної дисципліни.....	4
1.2. Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна	5
1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна.....	7
1.4. Міждисциплінарні зв'язки	8
	9
2. Програма навчальної дисципліни	
2.1. Зміст навчальної дисципліни.....	10
2.2 Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля.....	11
	12
2.3. Тематичний план.....	12
2.4. Домашнє завдання, завдання на контрольну (домашню) роботу (ЗФН).....	13
2.5. Перелік питань для підготовки до підсумкової контрольної роботи.....	13
3. Навчально-методичні матеріали з дисципліни	13
3.1 Методи навчання	13
3.2.Рекомендована література (базова і допоміжна).....	14
3.3.Інформаційні ресурси в Інтернет.....	14
4. Рейтингова система оцінювання набутих студентом знань та вмінь	15

1. ВСТУП

Робоча програма (РП) навчальної дисципліни «Організація зв'язків з громадськістю (Public relations)» розроблено на основі «Методичних рекомендацій до розроблення і оформлення робочої програми навчальної дисципліни денної та заочної форм навчання», затверджених наказом ректора від 29.04.2021 №249/од, та відповідних нормативних документів.

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1.1. Місце, мета та завдання навчальної дисципліни.

Дана навчальна дисципліна є теоретичною та практичною основою сукупності знань та вмінь, що формують профіль фахівця в галузі соціальної роботи.

Метою вивчення курсу є формування у студентів знань про зв'язки з громадськістю публік рилейшнз (PR) як діяльності, регулюючої суспільні процеси, як засобу розв'язання або пом'якшення соціальної, політичної, економічної кризової ситуації.

Завданнями вивчення навчальної дисципліни є:

- ознайомити студентів з основними теоріями й концепціями публік рилейшнз;
- надати знання про особливості, тенденції розвитку публік рилейшнз в Україні та за кордоном;
- забезпечити освоєння й застосування соціальних технологій для регуляції суспільних відносин;
- здійснити залучення студентів до створення власних PR-програм і проектів.

1.2. Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

Знати:

- основні поняття, пов'язані з організацією зв'язків з громадськістю;
- об'єкт, предмет, завдання та методи дослідження зв'язків з громадськістю;
- підходи до розуміння методів, які використовуються у зв'язках з громадськістю;
- структурні характеристики PR технологій.

Вміти:

- застосовувати на практиці отримані теоретичні знання;
- відбирати методи діагностування громадської думки
- використовувати PR технології для вдосконалення своєї професійної діяльності.

1.3 Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен набути наступні **компетентності**:

– здатність оперувати необхідними знаннями й навичками для виконання функцій прес-секретаря, менеджера комунікаційної структури, експерта, консультанта, референта в державних і суспільних установах й організаціях, комерційних структурах з питань масової інформації й ділової комунікації, суспільних зв'язків, гуманітарних технологій;

– здатність планувати й організовувати рекламні, агітаційно-пропагандистські, інформаційні кампанії, володіти навичками соціального й політичного маркетингу, використати методику й техніку проведення опитувань суспільної думки;

– здатність володіти риторикою, прийомами й методами публічного виступу, уміти створити власний публіцистичний добуток, прес-реліз;

– здатність аналізувати й виявляти суспільно значущі проблеми й процеси;

– здатність виявляти основні проблеми масової комунікації й сучасних ЗМІ, механізмів і закономірностей їхнього формування й розвитку, основних теорій і концепцій, що відносяться до сфери інформації, комунікації й формування суспільної думки.

– здатність адаптуватися до нових ситуацій у професійній діяльності.

Міждисциплінарні зв'язки: Дана дисципліна базується на знаннях таких дисциплін, як «Соціальне проектування у соціальній роботі», «Основи лідерства» та є базою для вивчення подальших дисциплін, а саме: «Методологія прикладних досліджень», «Основи коучингу», «Теорія і практика тренінгової роботи» та інші.

2. Програма навчальної дисципліни.

2.1. Зміст навчальної дисципліни

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

– навчального модуля №1 «Стратегії паблік рилейшнз»,

- навчального модуля № 2 «Тактики паблік рилейшнз», кожен з яких є логічною завершеною, відносно самостійною, цілісною частиною навчальної дисципліни, засвоєння якої передбачає проведення модульної контрольної роботи та аналіз результатів її виконання.

Окремим третім модулем є курсовий проект (КП), який виконується у 1 семестрі (денна та заочна форми навчання). КП є важливою складовою закріплення та поглиблення теоретичних та практичних знань та вмінь, набутих студентом у процесі засвоєння навчального матеріалу дисципліни.

2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до модуля.

Модуль №1 «Стратегії паблік рилейшнз»

Інтегровані вимоги Модуля №1:

У результаті засвоєння навчального матеріалу навчального модуля «Стратегії паблік рилейшнз» студент повинен:

Знати:

- стратегії паблік рилейшнз;
 - основні поняття, пов'язані з організацією зв'язків з громадськістю;
 - об'єкт, предмет, завдання та методи дослідження зв'язків з громадськістю;
 - підходи до розуміння методів, які використовуються у зв'язках з громадськістю;
 - структурні характеристики PR технологій.

Вміти:

- застосовувати на практиці отримані теоретичні знання;
- відбирати методи діагностування громадської думки
- використовувати PR технології для вдосконалення своєї професійної діяльності.

Тема 1. Вступ до дисципліни. Основні поняття

Паблік рилейшнз або зв'язки з громадськістю як навчальна дисципліна. Основна мета та завдання курсу. Основні категорії паблік рилейшнз. Моделі паблік рилейшнз.

Паблік рилейшнз: прес-агент, інформування громадськості, двостороння асиметрична, двостороння симетрична. Зв'язок PR з іншими дисциплінами та сферами діяльності. Характеристика навчальної та навчально-методичної літератури. Організація вивчення курсу зв'язків з громадськістю: програма, форми навчальної діяльності, форми організації контролю й оцінки знань та вмінь студентів. PR

Тема 2. Історія та сучасний стан паблік рилейшнз.

Виникнення професії паблік рилейшнз у США у XIX ст. Внесок Томаса Джефферсона та МакГроу у становлення паблік рилейшнз. Вплив риторики, іміджелогії, пропаганди та реклами на становлення паблік рилейшнз. Суспільно-історичні події, які сприяли виділенню паблік рилейшнз в окрему систему діяльності. Поява професії прес-агента. Виникнення паблісіті як засобу паблік рилейшнз. Створення «морального кодексу паблік рилейшнз.

Паблік рилейшнз спеціаліста. Роль Едварда Бернейса у розвитку теорії паблік рилейшнз. Особливості розвитку паблік рилейшнз.

Паблік рилейшнз у Європі, Радянському Союзі, країнах пострадянського простору та в Україні.

Тема 3. Основні процеси паблік рилейшнз.

Паблік рилейшнз як менеджмент комунікацій. Паблік рилейшнз як створення подій. Організація новин. Паблік-рилейшнз-кампанія. Просування корпоративного іміджу. Прес-реліз. Презентація.

Тема 4. Паблік рилейшнз для бізнесу

Завдання паблік рилейшнз. Паблік рилейшнз для бізнесу. Паблік рилейшнз як підтримка маркетингу. Три варіанти політичної реклами в бізнесі: самозахист, промоушн системи вільного підприємництва, виступ на користь тієї чи іншої політики суспільства. П'ятикрокова робота з новими проблемами.

Тема 5. Вирішення соціальних проблем методами паблік рилейшнз

Роль фактору оптимізму/песимізму в сучасному світі. Роль фактору оптимізму/песимізму в історії. Методи виведення людини зі стану песимізму. Можливості подолання песимізму засобами телебачення. Міфічний рівень масової свідомості в аспекті оптимізму/песимізму.

Тема 6. Чутки у структурі суспільної думки

Поняття «чутка». Чутка як елемент комунікації. Сфери застосування чуток. Комунікативні характеристики чуток. Природа самотрансльованого повідомлення. Чутка як елемент політики. Чутка як елемент міжнародної комунікації.

Тема 7. Паблік рилейшнз і супутні науки

Зв'язки паблік рилейшнз із теорією переговорів, конфліктологією, теорією комунікації, пропагандою, контрпропагандою, рекламою. Прикладні напрями теорії комунікації – паралінгвістика, кінетика, проксеміка.

Тема 8. Паблік рилейшнз: ноу-хау

Мета паблік рилейшнз. Операції приєднання і відторгнення в паблік рилейшнз. Способи приєднання до успіху лідера. Трансфер як метод трансферу позитивних якостей лідера. Операція реструктуризації ситуації, створення соціальних ситуацій як технологія паблік рилейшнз. Прийоми привертання уваги.

Модуль № 2 «Тактики паблік рилейшнз»

Інтегровані вимоги Модуля №2:

У результаті засвоєння навчального матеріалу навчального модуля «Тактики паблік рилейшнз» студент повинен:

Знати:

- основні тактики паблік рилейшнз;
 - об'єкт, предмет, завдання та методи дослідження зв'язків з громадськістю;
 - підходи до розуміння методів, які використовуються у зв'язках з громадськістю;
 - структурні характеристики PR технологій.

Вміти:

- застосовувати на практиці тактики паблік рилейшнз;
- відбирати методи діагностування громадської думки
- використовувати PR технології для вдосконалення своєї професійної діяльності.

Тема 1. Масова людина: психологічні та комунікативні особливості

Феномен масової свідомості. Способи впливу на натовп. Підходи до аналізу масової поведінки. Теорії колективної поведінки.

Тема 2. Лобіювання

Лобіювання як спеціалізована частина паблік рилейшнз. Методи та прийоми лобістів. Аспекти, які необхідно враховувати для визначення спрямованості дій лобістів. Завдання паблік рилейшнз-відділу. Функції лобістів. «Міні-правила» для ефективної діяльності лобістів.

Тема 3. Стратегічні комунікації

Завдання стратегічних комунікацій. Презентація організації важливим групам громадськості. Фокус-групи як метод визначення інтересів громадськості. Використання художніх текстів при реалізації стратегічних комунікацій як опосередкованого впливу на масову свідомість. Операції зі стереотипами. Прийоми пропаганди.

Тема 4. Паблік рилейшнз як теорія непрямого комунікативного впливу

Реклама як непрямий комунікативний вплив. Спільність та відмінність паблік рилейшнз і реклами. Паблік рилейшнз як наука слабого комунікативного впливу. Теорія спіралі мовчання.

Тема 5. Орієнтовні комунікації

Поняття орієнтовних комунікацій. Схема комунікації за Р.Якобсоном. Поняття коду, повідомлення, адресанту, контакту, контексту. Фактори підвищення впливу орієнтовних комунікацій.

Тема 6. Комунікації виразності

Прийоми виразності. Конкретизація, повторення, розбиття, збільшення, варіювання, контраст, подача, сполучення, узгодження, скорочення як прийоми виразності.

Тема 7. Типи комунікації для мети паблік рилейшнз

Пряма та непряма комунікація. Форми та зміст комунікації. Три варіанти передачі інформації. Візуальна інформація, невербальні тексти, одяг, вербальні тексти. Роль зростання рівня деталізації в реалізації мети паблік рилейшнз. Тактики впливу.

Тема 8. Комунікативний базис сучасних виборчих кампаній

Специфіка паблік рилейшнз у виборчих кампаніях. Роль особистого контакту у паблік рилейшнз під час виборів. Нетрадиційні види комунікацій з населенням. Комунікативні параметри виборчої кампанії: назва, візуальний ряд, видовищність та стислість, слоган, відповідність форми інтересам виборців, простота, ідентифікація з цільовою аудиторією, ідентифікація з комунікативними формами відкритості. Сім правил, що допомагають управляти новинами.

Модуль №3. Курсовий проект

Курсовий проект (КП) виконується у 1 семестрі відповідно до затверджених в установленому порядку методичних рекомендацій.

Його мета та завдання:

Курсовий проект виконуються з метою закріплення, поглиблення й узагальнення знань, отриманих студентами під час навчання і їх застосування для комплексного рішення конкретних професійних задач.

Завданнями курсового проекту є:

- Закріплення, систематизація і поглиблення теоретичних знань за курсом «Організація зв'язків з громадськістю (Public relations)» відповідно до обраної теми дослідження.

- Набуття умінь використання теоретичних знань для рішення конкретних практичних завдань діяльності в галузі зв'язків з громадянськістю.
- Закріплення умінь розробляти рекомендації з основних напрямків організації зв'язків з громадянськістю.

2.3. Тематичний план

№ п/п	Назва теми (тематичного розділу)	Обсяг навчальних занять (год.)							
		Денна форма навчання				Заочна форма навчання			
		Усього	Лекції	Практ. заняття	СРС	Усього	Лекції	Практ. заняття	СРС

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Модуль №1. «Стратегії паблік рилейшнз»									
1.1	Вступ до дисципліни.	1 семестр				1 семестр			
		6	2	2	2	4	2	-	2
1.2	Сучасний стан паблік рилейшнз	4	2	-	2	2	-	-	2
1.3	Основні процеси паблік рилейшнз	6	2	2	2	4	2	-	2
1.4	Вирішення соціальних проблем методами паблік рилейшнз	4	2	-	2	2	-	-	2
1.5	Чутки у структурі суспільної думки	7	2	2	3	4	-	2	2
1.6	Прикладні напрями теорії комунікації – паралінгвістика, кінетика, проксеміка	4	2	-	2	4	-	2	2
1.7	Лобіювання	6	-	2	4	4	-	2	2
1.8	Модульна контрольна робота №1	4	-	2	2	-	-	-	-
Модуль №2 «Тактики паблік рилейшнз»									

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2.1.	Стратегічні комунікації	6	2	-	4	2	-	-	2
2.2	Паблік рилейшнз як теорія непрямого комунікативного впливу	6	-	2	4	5	2	-	3
2.3	Комунікації виразності	6	2	-	4	8	-	-	8
2.4	Типи комунікації для мети паблік рилейшнз	6	-	2	4	8	-	-	8
2.5	Комунікативний базис сучасних виборчих кампаній	7	1	2	4	8	-	-	8
2.6	Виконання контрольної (домашньої) роботи	-	-	-	-	8	-	-	8
2.7	Підсумкова семестрова контрольна робота	-	-	-	-	12		2	10
2.8	Модульна контрольна робота №2	3	-	1	2	-	-	-	-
Усього за модулями №1-2		75	17	17	41	75	6	8	61
Модуль №3 Курсовий проєкт									
3.1	Технології організації зв'язків з громадськістю	45	-	-	45	45	-	-	45
Усього за модулем №3		45	-	-	45	45	-	-	45
Усього за навчальною дисципліною		120	17	17	86	120	6	8	106

2.4. Завдання на контрольну (домашню) роботу.

Контрольна (домашня) робота з навчальної дисципліни дисципліни «Організація зв'язків з громадськістю (Public relations)» виконується у першому семестрі на заочній формі навчання відповідно до затверджених в установленому порядку методичних рекомендацій з метою закріплення та поглиблення теоретичних і практичних знань та вмінь, набутих студентом у процесі засвоєння навчального матеріалу з дисципліни.

Виконання контрольної роботи є важливим етапом у підготовці та складанні диференційованого заліку з дисципліни «Організація зв'язків з громадськістю (Public relations)».

Конкретна мета К полягає в умінні логічно, послідовно та аргументовано розкрити сутність стратегій та тактик паблік рилейшнз.

Час, потрібний для виконання контрольної роботи, складає 8 годин самостійної роботи.

Курсовий проєкт

Курсовий проєкт (КП) з дисципліни виконується у першому семестрі відповідно до затверджених в установленому порядку методичних рекомендацій, з метою закріплення та поглиблення теоретичних знань та вмінь, набутих студентом у процесі засвоєння всього навчального матеріалу дисципліни в області організації зв'язків з громадськістю.

Виконання КП є важливим етапом у підготовці майбутнього фахівця з соціальної роботи.

Курсовий проєкт виконуються з метою закріплення, поглиблення й узагальнення знань, отриманих студентами під час навчання і їх застосування для комплексного рішення конкретних професійних задач.

Завданнями курсового проєкту є:

- Закріплення, систематизація і поглиблення теоретичних знань за курсом «Організація зв'язків з громадськістю (Public relations)» відповідно до обраної теми дослідження.
- Набуття умінь використання теоретичних знань для рішення конкретних практичних задач діяльності соціального працівника.
- Закріплення умінь розробляти рекомендації з основних напрямків організації зв'язків з громадськістю.

Виконання задач курсового проєкту дає можливість установити:

- здатність студента до самостійної науково-дослідної і практичної діяльності;
- уміння студента використовувати теоретичні знання і застосовувати їх до рішення конкретних задач;
- здатність студента збирати, систематизувати, узагальнювати й аналізувати теоретичні й емпіричні данні;
- уміння студента при захисті коротко, логічно й у доступній формі викласти основні положення курсового проєкту, висновки і рекомендації.

Загальні вимоги до студентів при підготовці до курсового проєкту містять у собі:

- Оволодіння теоретичними знаннями по різних напрямках психології вікового розвитку людини.
- Формування широкого наукового і загальнокультурного кругозору.
- Уміння аналізувати наукову літературу.
- Здатність зробити свій внесок у розробку даної теми.
- Уміння коротко, логічно викласти свої думки, хід і результати аналізу наукових джерел.

Виконання, оформлення та захист КП здійснюється студентом в індивідуальному порядку відповідно до методичних рекомендацій.

Час, потрібний для виконання КП, – до 45 годин самостійної роботи.

3. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ З ДИСЦИПЛІНИ

3.1. Методи навчання

При вивчення навчальної дисципліни використовуються наступні методи навчання:

- пояснювально-ілюстративний метод;
- метод проблемного викладу;
- репродуктивний метод;
- дослідницький метод.

Реалізація цих методів здійснюється при проведенні лекцій, демонстрацій, самостійному вирішенні задач, роботі з навчальною літературою, аналізі та

вирішенні конкретних ситуацій.

3.2. Рекомендована література

Базова література

3.2.1. Королько В. Г. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика : підручник / В. Г. Королько, О. В. Некрасова. - 3-є вид., доповн. і переробл. - К. : ВД "Києво-Могилян. акад., 2009. - 831 с.

3.2.2. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз : навч. посіб. / Г. Г. Почепцов.- 3-тє вид., випр.. і доп. – К. : Т-во «Знання», КОО, 2006. – 327 с.

3.2.3. Почепцов Г, Г. Теорія комунікацій / Г. Г. Почепцов. – К. 6 ВЦ «Київський університет», 2009. – 308 с.

3.2.4. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління : навч. посіб. / І. Ю. Слісаренко. – К. : МАУП, 2001. – 104 с.

3.2.5. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю : навч. посіб. / Є. Б. Тихомирова. – К. : НМЦВО, 2001. – 560 с.

Допоміжна література

3.2.6. Євтухова С.М. Паблік рилейшнз: навч.-метод посібник _ Херсон : Вид-тво ХДУ, 2015. – 151 с.

3.2.7. Резніченко В. І. Довідник-практикум офіційного, дипломатичного, ділового протоколу та етикету / В. І. Резніченко, І. Л. Михно. – К. : УНВЦ «Рідна мова», 2003. – 479 с.

3.2.8. Романовський О. Г. Р 69 Основи паблік рилейшнз : навчально-методичний посібник для студентів спеціальностей 8.03010201 «Психологія» та 8.18010018 «Адміністративний менеджмент» / О. Г. Романовський, Н. В. Серєда, Є. В. Воробйова. – Х. : НТУ «ХП», 2015. – 176 с.

3.2.9. Прасол Д.В. Основи Паблік Рілейшнз: Навчально-методичний посібник. – Миколаїв: Вид-во «Арнекс», 2010. – 108 с.

3.2.10. Тихомирова Є.Б. Зв'язки з громадськістю: нав.посібник К.: НМЦВО, 2001. – 560 с.

3.3. Інформаційні ресурси в Інтернеті

3.3.1. www.info-library.com.ua > [books-text-9602](http://www.info-library.com.ua/books-text-9602)

3.3.2. <https://subject.com.ua> > [economic](https://subject.com.ua/economic) > [pablic](https://subject.com.ua/economic/pablic)

4. РЕЙТИНГОВА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ НАБУТИХ СТУДЕНТОМ ЗНАНЬ ТА ВМІНЬ

4.1. Оцінювання окремих видів виконаної студентом навчальної роботи здійснюється в балах відповідно до табл. 4.2.

Таблиця 4.2

Вид навчальної роботи	Мах. кількість балів		Вид навчальної роботи	Мах. кількість балів	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання		Денна форма навчання	Заочна форма навчання
1 семестр					
Модуль №1 «Стратегії паблік рилейшнз»			Модуль №2 «Тактики паблік рилешнз»		
Активна робота під час лекцій, виконання експрес–завдань (5бх2,4)	10	20	Активна робота під час лекцій, виконання експрес–завдань (5бх2)	10	-
Презентація проектів на практичних та лекційних заняттях (10бх2,3)	20	30	Участь в обговоренні питань на практичних заняттях (5бх4,2)	20	10
Виконання контрольної (домашньої) роботи	-	=	Виконання контрольної (домашньої) роботи	-	10
<i>Для допуску до виконання модульної контрольної роботи №1 студент має набрати</i>	<i>не менше 18 балів</i>	<i>не менше 30 балів</i>	<i>Для допуску до виконання модульної контрольної роботи №1 студент має набрати</i>	<i>не менше 18 балів</i>	<i>не менше 12 балів</i>
Виконання	20	-	Виконання	20	-

модульної контрольної роботи №1			модульної контрольної роботи №1		
Підсумкова семестрова контрольна робота	-	-	Підсумкова семестрова контрольна робота	-	30
Усього за модулем №1	50	50	Усього за модулем №2	50	50
Усього за модулями 1.2				100	100
Усього за дисципліною				100	
Модуль №3					
Вид навчальної роботи				Мах кількість балів	
				Денна та заочна форми навчання	
Виконання курсового проєкту				60	
Захист курсового проєкту				40	
Виконання та захист курсового проєкту				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. Підсумкова модульна рейтингова оцінка, отримана студентом за результатами виконання та захисту **курсвого проєкту** в балах, за національною шкалою та шкалою ECTS заноситься до відомості модульного контролю, а також до навчальної картки, залікової книжки та Додатку до диплому, наприклад, так: **92/Відм./А, 87/Добре/В, 79/Добре/С, 68/Задов./D, 65/Задов./Е** тощо.

4.5. Підсумкова семестрова рейтингова оцінка перераховується в оцінку за національною шкалою та шкалою ECTS.

4.6. 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./Е** тощо.

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

(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

№ змін	№ 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				