(Ф 03.02 – 1*10*)

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

УЗГОДЖЕНО
Декан
_____ Н. Ладогубець
«31» 01 2022 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з навчальної роботи
_____ А. Полухін
«02» 02 2022 р.

Система менеджменту якості
РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«ІМІДЖОЛОГІЯ»

Освітньо-професійна програма: «Політологія»

Галузь знань: 05 «Соціальні та поведінкові науки»
Спеціальність: 052 «Політологія»

Форма навчання	Сем.	Усього (год. / кредитів ECTS)	ЛК Ц	ПР.З	Л.З	СР С	ДЗ / РГР / К.р	КР / КП	Форма сем. Контролю
Денна	6	105 / 3,5	16	32	–	57	-	-	Зал. 6 с.
Заочна	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Індекс: НБ-8-052-1/21-2.1.27

Робочу програму навчальної дисципліни «Іміджологія» розроблено на основі освітньо-професійних програм «Політологія», навчальних та робочих навчальних планів №№ НБ-8-052-1/21-2.1.21; РБ-8-052-1/21-2.1.21 підготовки здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Бакалавр» за спеціальністю 052 «Політологія» та відповідних нормативних документів.

Робочу програму розробив
доцент кафедри соціології та політології _____ Прокопчук І.І.

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри освітньо-професійних програм «Політологія», спеціальності 052 «Політологія» – кафедри соціології та політології, протокол № 1 від 19.01. 2022 р.

Гарант освітньо-професійної програми _____ Штепа С.О.

Завідувачка кафедри _____ Хомерікі О.А.

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради факультету лінгвістики та соціальних комунікацій, протокол № 1 від «12» 01 2022 р.

Голова НМРР _____ Кокарєва А.М.

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

ЗМІСТ

Вступ 4

1. Пояснювальна записка 4
1.1 Місце, мета, завдання навчальної дисципліни 4
1.2. Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна 4
1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна 5
1.4. Міждисциплінарні зв'язки 5

2. Програма навчальної дисципліни 5
2.1. Зміст навчальної дисципліни 5
2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля 5
2.3. Тематичний план 9
2.4 Перелік питань для підготовки до екзамену....11

3. Навчально-методичні матеріали з дисципліни 13
3.1. Методи навчання 13
3.2. Рекомендована література (базова і допоміжна) 13
3.3. Інформаційні ресурси в Інтернет 14

4. Рейтингова система оцінювання набутих студентом знань та вмінь 15

ВСТУП

Робоча програма (РП) навчальної дисципліни «Іміджологія» розроблена 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, завдання навчальної дисципліни.

Місце навчальної дисципліни. Дана навчальна дисципліна належить до циклу професійної підготовки та є невід'ємною складовою сукупності знань та вмінь, що формують професійний профіль майбутнього спеціаліста політолога, дозволить створити передумови для усвідомленого підходу до практичної роботи. Вона сприяє становленню у студентів світоглядної основи теоретичної і практичної діяльності майбутнього політолога завдяки засвоєнню знань з курсу та систематизації й узагальнення наявних у них професійних знань.

Метою викладання дисципліни є ознайомлення студентів з категоріальним апаратом політичної науки, що описує проблеми формування політичного іміджу.

Завданнями вивчення навчальної дисципліни є:

- формування основних уявлень про предметне поле досліджень іміджології;
- ознайомлення з основними науковими підходами до розуміння основних теорій іміджу;
- вивчення понятійно-категоріального апарату, необхідного для аналізу іміджу;
- аналіз наукових підходів до класифікацій іміджів;
- ознайомлення з методами та методиками фомування та управління іміджем;
- формування уявлень про основні тенденції в розвитку іміджології в світі та українському суспільстві.
- теоретико-методологічну базу іміджелогії;
- особливості імідж-технологій в організації;
- принципи корпоративної культури в організації;
- методи формування, реалізації, коригування іміджу в організації;
- інструментарій іміджелогії;
- основи іміджмейкінгу;
- особливості ділового іміджу;

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

Знати історію виникнення та основні етапи розвитку досліджень іміджу. Засвоїти понятійно-категоріальний апарат і розуміти зміст основних концепцій іміджу. Знати основні класифікації іміджу. Знати методи та методику

конструювання, корегування та управляння іміджем. Вивчити теоретико-методологічну базу іміджелогії. Засвоїти особливості імідж-технологій в організації, принципи корпоративної культури в організації; особливості ділового іміджу. Застосовувати набуті знання для аналізу політичних процесів в світі та в Україні.

Підсумкові результати навчання: (далі ПРН)

ПРН10. Вміти описувати, пояснювати й оцінювати політичні процеси та явища у різних історичних, соціальних, культурних та ідеологічних контекстах.

ПРН11. Застосовувати інструментарій нормативної та емпіричної політичної теорії, політичної методології, порівняльної та прикладної політології, міжнародних та глобальних студій у фаховій діяльності.

ПРН14. Застосовувати теорії та методи прикладної політології, політичних комунікацій, спеціальних політологічних дисциплін у професійній діяльності.

ПРН21. Виявляти природу внутрішньополітичних та міжнародних деструктивних факторів впливу на стійкість політичних систем.

1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна.

У результаті вивчення даної навчальної дисципліни студент повинен набути таких **компетентностей**:

ЗК01. Знання предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК04. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК05. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

ЗК06. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

Фахові компетенції (далі – ФК).

ФК01. Здатність використовувати категорійно-понятійний та аналітично-дослідницький апарат сучасної політичної науки.

ФК07. Здатність застосовувати теорії та методи прикладної політології, політичних комунікацій, спеціальних політологічних дисциплін у професійній діяльності.

1.4. Міждисциплінарні зв'язки.

Дана дисципліна базується на знаннях таких дисциплін, як «Політична поведінка та політична участь», «Вступ до спеціальності», «Сучасні теорії влади та політики», «Теорія і практика демократії», «Теорія і практика авторитарних режимів», «Політичні системи країн світу», «Теорія політики», «Виборчі системи та виборчий процес» та є базою для вивчення подальших дисциплін, а саме: «Політекономія », «Політичні комунікації та PR».

2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

2.1. Зміст навчальної дисципліни.

Навчальний матеріал дисципліни структурований за модульним принципом і складається з 2-х навчальних модулів, а саме:

– навчального **модуля №1 «Імідж: теоретичні аспекти»,**

– навчального **модуля № 2 «Імідж: практичні аспекти»**;

кожен з яких є логічною завершеною, відносно самостійною, цілісною частиною навчальної дисципліни, засвоєння якої передбачає проведення модульної контрольної роботи та аналіз результатів її виконання.

2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля.

Модуль № 1 «Імідж: теоретичні аспекти»

Інтегровані вимоги модуля №1: знати предметне поле досліджень іміджології; розуміти зміст основних наукових підходів до вивчення іміджу; знати понятійно-категоріальний апарат, необхідний для аналізу іміджу; знати основні наукові підходи до класифікацій іміджу; розуміти сутність, структуру, функції іміджу.

Тема 1. Іміджологія як навчальна дисципліна

Іміджелогія як міждисциплінарна галузь знань. Предмет, об'єкт і завдання завдання курсу. Імідж як предмет та об'єкт вивчення. Місце категорії імідж у міждисциплінарному науковому дискурсі. Галузі знання, що вивчають різні аспекти формування і функціонування іміджу. Основні категорії. Основні напрямки досліджень в іміджології: імідж діагностика, імідж консультування, імідж прогностика, іміджмейкінг.

Тема 2. Основні теорії в іміджології

Еволюція концепцій в іміджелогії: концепції іміджелогії латентного періоду, періоду ситуаційного розвитку; наукові погляди прихильників інтегрованої концепції іміджелогії, іміджелогія як теорія природних ієрархій. Основні методологічні підходи: символічний інтеракціонізм, соціально-перцептивний, психосеміотичний.

Тема 3. Поняття іміджу.

Поняття та сутність іміджу. Імідж, образ. Види іміджу. Функції іміджу. Форми іміджу. Завдання та функції іміджу в сучасному суспільстві. Імідж у соціокультурному контексті.

Тема 4. Структура іміджу.

Когнітивні, емоційні та поведінкові елементи. Свідомий та підсвідомий рівні функціонування іміджу.

Тема 5. Іміджмейкінг

Поняття «іміджмейкінг». Предмет, об'єкт, задачі іміджмейкінга. Прототип, аудитория іміджмейкінга. Професія іміджмейкер. Етичні засади професійної діяльності іміджмейкера.

6. Індивідуальний імідж

Психологічні складові формування індивідуального іміджу. Символіка індивідуального іміджу. Специфіка особистого іміджу в політиці, бізнесі і шоу-бізнесі. Структура особистого іміджу і засоби його аналізу.

7. Корпоративний імідж

Структура іміджу компанії. Візуальний стиль – як зовнішня складова іміджу компанії. Особливості формування корпоративного іміджу. Значення PR у формуванні корпоративного іміджу. Цілісність іміджу компанії. Корпоративна культура як сукупність норм, цінностей підприємства, які поділяються членами корпорації. Функції та основні елементи корпоративної культури. Матеріальні та моральні фактори, що сприяють зростанню іміджу. Рівень співробітництва у колективі, питання дисципліни. Корпоративна гордість.

Тема 8. Іміджеві комунікації.

Функціональна роль іміджевих комунікацій. Мовна комунікація та мовні механізми: стереотипи мовних актів та форм мовної поведінки, фрейми та кліше. Помилки та казуси у промовах та виступах. Аналіз комунікативної поведінки відомих публічних людей. PR-технології та імідж. Брудний PR.

Модуль № 2 «Імідж: прикладний аспект».

Інтегровані вимоги модуля №2: знати основні методи та методики інструментарій формування, корегування, управління іміджем; аналізувати особливості створення та корегування політичного іміджу, ділового іміджу, іміджу політичної партії, держави; визначати та оцінювати вплив основних детермінант на формування іміджу; розуміти основні технології управління іміджем в світі та українському суспільстві.

Тема 1. Соціально-психологічні закономірності формування та функціонування іміджу.

Роль механізмів соціально-психологічного впливу у процесі формування іміджу. Канали передачі інформації: візуальний, вербальний, через події, контекстний. Імідж як основна інформація про об'єкт. Імідж як тип повідомлення. Специфіка комунікативного процесу щодо сприйняття іміджу. Потреби як передумови побудови певного іміджу. Теорія когнітивного дисонансу, процес категоризації . Особливості психологічного сприйняття однією людиною іншого. Особливості міжособистісного сприйняття та базові помилки. Формування іміджу виходячи з особливостей суб'єкт-суб'єктного впливу. Формування іміджу як створення соціальної дійсності у масовій свідомості. Формування громадської думки, та методи впливу на суспільну свідомість. Явища масової свідомості та стереотипні ефекти.

Тема 2. Технологія іміджування

Дослідження іміджу. Види іміджформуючої інформації: пряма та непряма інформація. Вплив підсвідомої інформації на виникнення іміджу. Принципи та технології формування іміджу. Критерії вибору моделі поведінки. Аудиторія спілкування. Моделі поведінки у формальному та неформальному спілкуванні. Моделі поведінки активного та пасивного характеру. Імідж як складова частина культури ділового спілкування. Інструментарій іміджелогії: позиціонування,

маніпулювання, міфологізація, емоціоналізація, формат, вербалізація, деталізація, акцентування інформації, архаїзація, заміна цілей, подача суперечливих сигналів, дистанціювання, метафоризація, візуалізація, опитування громадської думки, нейролінгвістичне програмування, впровадження моделей сприйняття, контекстне введення знаків.

Тема 3. Розробка та застосування стратегій формування іміджу.

Управління іміджем. Імідж як наслідок свідомої роботи. Процес управління іміджем. «Чотирьохтактна» модель іміджевої компанії. Визначення вимог аудиторії. Дослідження у процесі формування іміджу. Визначення сильних та слабких сторін об'єкта. Конструювання образу та підведення характеристик об'єкта під вимоги аудиторії. Переведення необхідних характеристик об'єкта у вербальну, візуальну форми та у форму події. Оцінка результатів іміджевої кампанії. Основні прикладні можливості формування та тиражування іміджу. Роль ЗМІ у процесі створення іміджу. Психологічні методи дії, техніки маніпуляції. Інформація та пропаганда. Вербально-сугестивна техніка у процесі інформаційного впливу. Особливості впливу мас-медія на масову свідомість. Реклама як модель комунікативного впливу. Політична та соціальна реклами. Особливості особистості як об'єкта впливу з позиції різних теорій.

Тема 4. Міф як соціально-психологічний чинник формування іміджу.

Міфодизайн та особливості його використання в іміджмейкінгу. Міф як чинник побудови соціальної дійсності та метод її інтерпретації. Структура міфу та підходи до дослідження. Образ героя в іміджмейкінгу. Фольклор як спосіб створення прототипів політичного іміджу.

Тема 5. Імідж сім'ї

Поняття «імідж сім'ї». Основні складові іміджу сім'ї. Вплив іміджу на сімейно-шлюбні відносини. Проблематика іміджу сім'ї. Вплив ЗМІ на формування іміджу сім'ї.

Тема 6. Імідж держави

Складові іміджу держави. Міжнародна репутація держав у світі. Імідж лідерів держав як складова державного іміджу. Символіка, гімн, прапор як обов'язкові складові іміджу країни. Види державного іміджу: внутрішній, зовнішній, культурний, політичний, міжнародний. Причини проблематичного іміджу України: економічна й політична нестабільність, кадровий дефіцит, радянське надбання, постколоніальний синдром, корупція. Державна політика національної безпеки України в інформаційній сфері.

Тема 7. Особистий та корпоративний імідж в політиці.

Специфіка формування і функціонування іміджу в політиці. Іміджевий чинник у розвитку політичних процесів. Імідж політика й імідж політичного інституту. Гендерні особливості політичного іміджу. Імідж сучасних українських політиків та політичних партій. Поняття віртуалізації політичного процесу. Політична реклама і політичний маркетинг. Інформаційні війни в період передвибочих кампаній.

Тема 8. Особистісний та корпоративний імідж в бізнесі . Коучинг

Імідж керівника та його роль в успішному розвитку бізнесу. Необхідні складові особистого іміджу в бізнесі. Цінність символічного ресурсу в бізнесі. Імідж фірми як складова успіху бізнесу. Стратегії формування і підтримки іміджу фірми. Імідж організації і корпоративної політики. Досвід і цінність формування іміджу організації на прикладі провідних корпорацій світового рівня. Походження, філософія, принципи і задачі коучинга. Причини виникнення коучинга та особливості його застосування.

2.3. Тематичний план.

№ Пор	Назва теми (тематичного розділу)	Обсяг навчальних занять (год.)							
		Денна форма навчання				Заочна форма навчання			
		Усього	Лекції	Практичні заняття	СРС	Усього	Лекції	Практичні заняття	СРС
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Модуль №1 « Імідж: теоретичний аспект »									
1.1	Іміджологія як навчальна дисципліна	*7 семестр*				-			
		8	2	2	4	-	-	-	-
1.2	Основні теорії в іміджології	8	2	2	4	-	-	-	-
1.3	Поняття іміджу.	8	2	2	4	-	-	-	-
1.4	Структура іміджу	7	2	2	3	-	-	-	-
1.5	Іміджмейкінг	6	-	2	4	-	-	-	-
1.6	Індивідуальний імідж	6	-	2	4	-	-	-	-
1.7	Корпоративний імідж. Іміджеві комунікації.	6	-	2	4	-	-	-	-
1.8	Модульна контрольна робота №1	6	-	2	4	-	-	-	-
Усього за модулем №1		**47**	**8**	**16**	**28**	-	-	-	-
Модуль №2 «Імідж: практичний аспект»									
2.1	Соціально-психологічні закономірності формування та функціонування іміджу.	*7 семестр*							
		7	2	2	3	-	-	-	-
2.2	Технологія іміджування	7	2	2	3	-	-	-	-

2.3	Розробка та застосування стратегій формування іміджу.	7	2	2	3	-	-	-	-
2.4	Міф як соціально-психологічний чинник формування іміджу.	6	1	2	3	-	-	-	-
2.5	Імідж сім'ї	6	1	2	3	-	-	-	-
2.6	Імідж держави	5	-	2	3				
2.7	Особистий та корпоративний імідж в політиці	4	-	1	3				
2.8	Особистісний та корпоративний імідж в бізнесі . Коучинг	5	-	1	4				
2.9	Модульна контрольна робота №2	12	-	8	4	-	-	-	-
Усього за модулем №2		**48**	**8**	**16**	**29**	-	-	-	-
Усього за навчальною дисципліною		**105**	**16**	**32**	**57**	-	-	-	-

3. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ З ДИСЦИПЛІНИ

3.1. Методи навчання

При вивченні навчальної дисципліни використовуються наступні методи навчання: пояснювально-ілюстративний метод, презентація, обробка результатів, статистичні методи, інтерпретація. Реалізація цих методів здійснюється при проведенні лекцій та практичних занять, самостійному вирішенні задач.

3.2. Рекомендована література

Базова література

3.2.1. Болотова В.О. Іміджологія: текст лекцій для студентів спеціальностей 054 «Соціологія», 061 «Журналістика» / В. О. Болотова, Н. О. Ляшенко, К. А. Агаларова – Харків : НТУ «ХПІ», 2021. – 150 с.

3.2.2. Бондаренко І. С. Іміджологія у системі гуманітарних знань: культурно-освітні стратегії. - Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2016. - 320 с.

3.2.3. Бондаренко І. С. Іміджологія: Імідж особистості: Навч.-метод. посібн. для студентів освітньо- кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Реклама і зв'язки з громадськістю». - Запоріжжя: ЗНУ, 2014. - 162 с.

3.2.4. Бугрим В. В. Іміджологія/ Іміджмейкінг: навчальний посібник. - К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. - 250 с.

3.2.5. Дячук В. П. Іміджологія. Соціокультурний вимір : навч. посіб. / В. П. Дячук. – Київ : Видавництво Ліра-К, 2017. – 308 с.

3.2.6. Йохансен Б. Нові навики лідера. Київ: Network TwentyOne Ukraine, 2018, 160 с.

Допоміжна література

3.2.7. Зусін В.Я. Етика і етикет ділового спілкування. Навчальний посібник, 4-е вид., перероб. та доп. Маріуполь: ПДТУ, 2019. 206 с. URL : http://umm.pstu.edu/handle/123456789/18013

3.2.8. Шавкун І. Г. Формування іміджу організації : [навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент»] / І.Г. Шавкун, Я.С. Дибчинська. - Запоріжжя : ЗНУ, 2016. - 111 с.

3.3. Інформаційні ресурси в Інтернет

3.3.1. Публікації Київського міжнародного Інституту соціології http://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=pub

3.3.2. Электронная библиотека Института социологии НАН Украины http://i-soc.com.ua/institute/el_library.php

3.3.3. Соціологія: теорія, методи, маркетинг http://i-soc.com.ua/journal/content.php

3.3.4. Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського http://www.nbuv.gov.ua

3.3.5 Сайт Верховної Ради України http://www.rada.gov.ua

3.5.6. Бібліотека Верховної Ради України http://www.rada.kiev.ua

3.5.7. Бібліотека Дніпропетровського національного університету http://www.comci.dsr.lp.ua/DSU/libraries

3.5.8. Державна науково-технічна бібліотека України http://www.gntb.n-t.org

3.5.9. Електронна бібліотека Київського національного університету імені Тараса Шевченка http://www.scilib.univ.kiev.ua

3.5.10. Наукова бібліотека Національного університету Києво-Могилянська академія http://www.ukma.kiev.ua

3.5.11. Всеукраїнське фахове видання «Гілея: науковий вісник» http://gileya.org/index.php

3.5.12. Вісник НТУУ «КПІ» «Політологія. Соціологія. Право» http://visnyk-psp.kpi.ua/

3.5.13. Вісник Одеського національного університету «Політичні науки» http://heraldiss.onu.edu.ua/

3.5.14. Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна «Політологія». http://periodicals.karazin.ua/politology

3.5.15. «Політологічний вісник» Київського національного університету імені Тараса Шевченка http://zpv.knu.ua/index.php/pb/index

4. РЕЙТИНГОВА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ НАБУТИХ СТУДЕНТОМ ЗНАНЬ ТА ВМІНЬ

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

Таблиця 4.1

Вид навчальної роботи	Max кількість балів		Вид навчальної роботи	Max кількість балів	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання		Денна форма навчання	Заочна форма навчання
1 семестр					
Модуль №1 «Політична поведінка та участь: загально-теоретичні аспекти»			**Модуль№2 «Політична поведінка та участь: прикладні аспекти»**		
Відповідь на практичному занятті (4 б. х 5)	20	-	Відповідь на практичному занятті (4 б. х 5)	20	-
Доповідь з презентацією (5 б. х 2)	10	-	Доповідь з презентацією (5 б. х 1)	5	-
Експрес-контроль (5 б. х 2)	10	-	Експрес-контроль (5 б. х 2)	10	-
Для допуску до виконання модульної контрольної роботи №1 студент має набрати не менше	*21 бал*	-	*Для допуску до виконання модульної контрольної роботи №2 студент має набрати не менше*	*21 бал*	-
Виконання модульної контрольної роботи №1	15	-	Виконання модульної контрольної роботи №2	15	-
-	-	-	Виконання підсумкової контрольної роботи	-	-
Усього за модулем №1	**50**	-	**Усього за модулем №2**	**50**	-
Усього за модулями №1, №2				**100**	-
Усього за дисципліною				**100**	

Залікова рейтингова оцінка визначається (в балах та за національною шкалою) за результатами виконання всіх видів навчальної роботи протягом семестру.

4.2. Виконані види навчальної роботи зараховуються студенту, якщо він отримав за них позитивну рейтингову оцінку (Додаток 3).

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. В випадку диференційованого заліку підсумкова семестрова рейтингова оцінка, перераховується в оцінку 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./A, 87/Добре/B, 79/Добре/C, 68/Задов./D, 65/Задов./E*** тощо.

4.6. 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
1	03.02	02.02.22	Федоренко К.А.		

(Ф 03.02 – 02)

АРКУШ ОЗНАЙОМЛЕННЯ З ДОКУМЕНТОМ

№ пор.	Прізвище, ім'я, по батькові	Підпис ознайомленої особи	Дата ознайом-лення	Примітки

(Ф 03.02 – 04)

АРКУШ РЕЄСТРАЦІЇ РЕВІЗІЇ

№ пор.	Прізвище, ім'я, по батькові	Дата ревізії	Підпис	Висновок щодо адекватності
1.	Голова Н.О.	Прот. №1 від 09.02.24 р.		Дійсно згідно плану на 2023 р.

(Ф 03.02 – 03)

АРКУШ ОБЛІКУ ЗМІН

№ зміни	№ листа (сторінки)				Підпис особи, яка внесла зміну	Дата внесення зміни	Дата введен-ня зміни
	Зміненого	Заміненого	Нового	Анульо-ваного			

(Ф 03.02 – 32)

УЗГОДЖЕННЯ ЗМІН

	Підпис	Ініціали, прізвище	Посада	Дата
Розробник				
Узгоджено				
Узгоджено				
Узгоджено				

Додаток 3

Відповідність оцінок у балах оцінкам за національною шкалою

(рекомендовані значення)

Оцінка у балах												Оцінка за національною шкалою
3	4	5	6	7	8	9	10	11	13	14	15	
3	4	5	6	7	8	9	9-10	10-11	12-13	13-14	14-15	Відмінно
2,5	3	4	5	6	6-7	7-8	8	9	10-11	11-12	12-13	Добре
2	2,5	3	4	4-5	5	6	6-7	7-8	8-9	9-10	9-11	Задовільно

Оцінка у балах												Оцінка за національною шкалою
16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	
15-16	16-17	17-18	17-19	18-20	19-21	20-22	21-23	22-24	23-25	24-26	25-27	Відмінно
12-14	13-15	14-16	15-16	15-17	16-18	17-19	18-20	18-21	19-22	20-23	20-24	Добре
10-11	10-12	11-13	12-14	12-14	13-15	13-16	14-17	15-17	15-18	16-19	16-19	Задовільно

Оцінка у балах												Оцінка за національною шкалою
28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	
26-28	26-29	27-30	28-31	29-32	30-33	31-34	32-35	33-36	34 - 37	34-38	35-39	Відмінно
21-25	22-25	23-26	23-27	24-28	25-29	26-30	27-31	27-32	28-33	29-33	29-34	Добре
17-20	18-21	18-22	19-22	19-23	20-24	20-25	21-26	22-26	22-27	23-28	24-28	Задовільно

Оцінка у балах												Оцінка за національною шкалою
40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	
36-40	37-41	38-42	39-43	40-44	41-45	42-46	43-47	43-48	44-49	45-50	46-51	Відмінно
30-35	31-36	32-37	32-38	33-39	34-40	35-41	35-42	36-42	37-43	38-44	38-45	Добре
24-29	25-30	25-31	26-31	27-32	27-33	28-34	28-34	29-35	30-36	30-37	31-37	Задовільно

Оцінка у балах												Оцінка за національною шкалою
52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	
47-52	48-53	49-54	50-55	51-56	51-57	52-58	53-59	54-60	55-61	56-62	57-63	Відмінно
39-46	40-47	41-48	41-49	42-50	43-50	44-51	44-52	45-53	46-54	47-55	47-56	Добре
31-38	32-39	32-40	33-40	34-41	34-42	35-43	36-43	36-44	37-45	37-46	38-46	Задовільно

Оцінка у балах												Оцінка за національною шкалою
64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	
58-64	59-65	60-66	60-67	61-68	62-69	63-70	64-71	65-72	66-73	67-74	68-75	Відмінно
48-57	49-58	50-59	50-59	51-60	52-61	53-62	53-63	54-64	55-65	56-66	56-67	Добре
38-47	39-48	40-49	40-49	41-50	41-51	42-52	43-52	43-53	44-54	44-55	45-55	Задовільно
Оцінка у балах												Оцінка за національною шкалою
76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	
68-76	69-77	70-78	71-79	72-80	73-81	74-82	75-83	76-84	77-85	77-86	78-87	Відмінно
57-67	58-68	59-69	59-70	60-71	61-72	62-73	62-74	63-75	64-76	65-76	65-77	Добре
46-56	46-57	47-58	47-58	48-59	49-60	49-61	50-61	50-62	51-63	52-64	52-64	Задовільно

Додаток 4

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

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