

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ПРОГРАМА АТЕСТАЦІЙНОГО ЕКЗАМЕНУ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

МАРКЕТИНГ

**першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 Маркетинг
галузь знань 07 Управління та адміністрування**

Полтава, 2024

Програма атестаційного екзамену для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за освітньо-професійною програмою Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування, набору 2024 року

ВНЕСЕНО кафедрою маркетингу Полтавського державного аграрного університету від 03 вересня 2024 р. протокол № 1.

РОЗРОБНИКИ:

1. Іван ТЕРЕЩЕНКО, к.е.н., доцент, гарант ОПП Маркетинг
2. Тетяна ДЯДИК, к.е.н., доцент, заступник директора ННІ ЕУПТ
3. Вікторія ДАНИЛЕНКО, к.е.н., доцент, голова ради з якості спеціальності Маркетинг
4. Тетяна БОРОВИК, к.е.н., доцент

СХВАЛЕНО на засіданні ради з якості вищої освіти спеціальності «Маркетинг» 03 вересня 2024 р. протокол № 1.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
ЗМІСТ ПРОГРАМИ АТЕСТАЦІЙНОГО ЕКЗАМЕНУ	5
КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ АТЕСТАЦІЙНОГО ЕКЗАМЕНУ	16

ВСТУП

Атестація здобувачів вищої освіти за освітньо-професійною програмою Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування набору 2024 року здійснюється відповідно до Закону України «Про вищу освіту», освітньо-професійної програми Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування, навчального плану та робочого навчального плану.

Технічне забезпечення атестації здобувачів вищої освіти за освітньо-професійною програмою Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування набору 2024 року здійснюється відповідно до Положення про атестацію здобувачів вищої освіти у Полтавському державному аграрному університеті та програмою атестації здобувачів вищої освіти за освітньо-професійною програмою Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування. У відповідності до програми атестації здобувачів вищої освіти за освітньо-професійною програмою Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування набору 2024 року, формою атестації здобувачів вищої освіти є атестаційний екзамен.

Мета проведення атестаційного екзамену – перевірити на завершальному етапі навчання у здобувачів вищої освіти рівень досягнення результатів навчання та сформованості програмних компетентностей, що визначені освітньо-професійною програмою Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування.

Для проведення атестації здобувачів вищої освіти за освітньо-професійною програмою Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування набору 2024 року створюється екзаменаційна комісія. Головою ЕК за першим (бакалаврським) рівнем може призначатися гарант освітньої програми, фахівець галузі маркетингу або науково-педагогічний працівник, який має науковий ступінь та/або вчене звання галузі знань 07 Управління та адміністрування.

До проходження атестації допускаються здобувачі вищої освіти, які виконали повністю навчальний план першого (бакалаврського) рівня вищої освіти набору 2024 р. Атестаційний екзамен передбачає виконання комплексу атестаційних завдань. Засобами оцінювання рівня досягнення результатів навчання та сформованості програмних компетентностей є: теоретичні (тестові) та комплексні ситуаційні завдання, що охоплюють обов'язкові навчальні дисципліни освітньої програми. По кожній освітній компоненті, яка включена до програми атестаційного екзамену наведена коротка анотація та рекомендована література.

ЗМІСТ АТЕСТАЦІЙНОГО ЕКЗАМЕНУ

Іноземна мова (за професійним спрямуванням). Самопрезентація в освітньому і професійному середовищі. Україна та країни, мова яких вивчається. Поняття маркетингу. Форми бізнесу. Попит і пропозиція. Гроші. Банківські рахунки. Звіт про прибутки та збитки. Презентації.

Рекомендована література:

1. Жихарьова О., Ставцева В. Business English Success. Посібник із ділової англійської мови. Київ : Арій, 2020. 132 с.
2. Турчин Д. Б. Англійська мова для міжнародних відносин (English for International Relations). 4-е видання. Вінниця : Нова книга, 2021. 256 с.
3. Яковенко Р. В. Я Тлумачний англо-український словник економічних термінів з елементами теорії та проблематики. Дидактичний довідник. Вид. 2-ге, випр. Кіровоград : видавець Лисенко В.Ф., 2019. 130 с.
4. Misztal M. Tests in English. Thematic Vocabulary. Київ : Знання, 2019. 352 с.
5. Murphy R. English Grammar in Use (Intermediate). Cambridge: Cambridge University Press, 2019.

Економіка і фінанси підприємства. Підприємство в ринковій економіці. Економічна характеристика продукції підприємства. Трудові ресурси підприємства. Майнові ресурси (активи) підприємства. Фінансові ресурси (капітал) підприємства. Поточні витрати підприємства та собівартість продукції. Фінансово-майновий стан підприємства та методика його оцінювання.

Рекомендована література:

1. Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. Л. Г. Ліпич. Луцьк : Вежа-Друк, 2021. 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). Об'єм даних 14,95 Мб. URL: <http://surl.li/dfxcyo>.
2. Куцик В. І., Кліпкова О. І. Економіка і управління підприємствами у схемах і таблицях : навчальний посібник. Львів: ЛТЕУ, 2020. 316 с.
3. Економіка підприємства: підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В. Київ: Видавничий дім «Кондор», 2020. 700 с. URL: <http://surl.li/hrizdi>.
4. Лисак О.І., Андреева Л.О., Болтянська Л.О. Економіка підприємства: навчальний посібник. Мелітополь: Люкс, 2020. 272 с. URL: <http://surl.li/dthiqc>.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства та її роль у розвитку національної економіки. Система регулювання ЗЕД України. Митно-тарифне регулювання ЗЕД. Форми виходу підприємств на зовнішні ринки. Операції зустрічної торгівлі. Посередницькі та орендні операції на зовнішніх ринках. Структура і зміст міжнародних контрактів купівлі-продажу. Ціна товару в міжнародних контрактах купівлі-продажу. Валютні та фінансові умови зовнішньоекономічних контрактів. Організація і технологія міжнародних перевезень. Організація та функціонування підприємств з іноземним капіталом. Маркетинг у зовнішньоекономічній діяльності.

Рекомендована література:

1. Тюріна Н.М. Карвацька Н.С. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства. К.: «Центр учбової літератури», 2022, 408 с.
2. Гребельник О.П. Основи зовнішньоекономічної діяльності: підручник. 5-те вид., перероб. та допов. Ірпінь: Університет ДФС України, 2019. 410 с.

3. Дунська А.Р., Жалдак Г.П. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: навч. посіб. до вивчення дисципліни для студ. галузі знань 07 Управління та адміністрування, за спеціальністю 073 Менеджмент. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 64 с.

4. Макарова О.В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: конспект лекцій. Луцьк: ПП «Поліграфія», 2020. 90 с.

5. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: навч. посіб. 6-те вид. перероб. та доп. / за ред. Ю.Г. Козака, О.О. Сукач, Д.М. Бурлаченко. Київ: «Центр учбової літератури», 2020. 268с.

6. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: підручник / А. А. Мазаракі, Т. М. Мельник, О. В. Дьяченко та ін. / за заг. ред. А. А. Мазаракі, Т. М. Мельник. Київ : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2019. 652 с. URL: <https://surl.li/bpuwoe>.

7. Modern trends in digital transformation of marketing & management/ collective monograph / Edited by Olena Chukurna and Viktor Zamlynskyi. Košice: Vysoká škola bezpečnostného manažérstva v Košiciach, 2023. 604 p.

Інформаційні системи і технології в маркетингу. Теоретичні основи інформаційних систем та технологій. Інформаційні технології та системи як інструмент обробки маркетингової інформації та управління інформаційною діяльністю. Системи баз даних. Етапи розвитку та сутність інформаційних систем у маркетингу. Інформаційні системи в маркетингу, засновані на хмарних технологіях. Інформаційні системи у забезпеченні відносин з клієнтами (CRM-системи). Інформаційно-комунікаційні технології мережі інтернет у маркетингу.

Рекомендована література:

1. Про захист інформації в інформаційно-комунікаційних системах. Закон України №81/94-ВР. Чинний від 05.07.94. Зі змінами. Ред від 01.07.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80/94-%D0%B2%D1%80#Text>

2. Про інформацію: закон України № 2658-ХІІ. Чинний від 02.10.92 р.. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1992, № 48, ст.650. Зі змінами. Ред. Від 27.07.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>

3. Про доступ до публічної інформації: закон України від 13.01.2011 р. № 2939-VI. URL: http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?showHidden=1&art_id=244273463&cat_id=244268916

4. Котлер Ф., Катарджая Г., Сетьяван І. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. КМ-БУКС, 2019. С. 224.

5. Лебеденко С. О. Електронна комерція: навч. посіб. для студ. спеціальності 075 «Маркетинг». Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 73 с.

6. Нестеренко О.В. Інформаційні системи управління підприємствами: навч. посібник. Київ: Укр НЦ РІТ, 2019. 135 с.

7. Павлиш В. А. Основи інформаційних технологій і систем: підручник / Уклад. Павлиш В. А., Гліненко Л. К., Шаховська Н. Б.; Нац. ун-т «Львів. Політехніка». Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2018. 619 с.

Інфраструктура товарного ринку. Сутнісна характеристика товарного ринку. Інфраструктура товарного ринку: сутність, склад і проблеми розвитку. Принципи й особливості діяльності посередників на товарному ринку. Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність в інфраструктурі товарного ринку. Виробнича і транспортно-експедиційна діяльність на товарному ринку. Організація логістичної діяльності на товарному ринку. Торгово-посередницька діяльність на товарному ринку. Товарні біржі. Макроорганізація оптової торгівлі. Підприємства оптової торгівлі. Підприємства роздрібною торгівлі. Зміст та методи

вивчення і аналізу ринкової ситуації в аграрній сфері. Лізинг. Персональний продаж. Нові форми продажу товарів і послуг.

Рекомендована література:

1. Бозуленко О. Я. Організація торгівлі : навчальний посібник [для студ. вищ. навч. закл.]. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2021. 240 с. URL: <https://surl.li/metbwz>
2. Захарченко П. В., Кутліна І. Ю., Юдічева О. П., Шеремет М. М. Інфраструктура товарного ринку. Практикум: навч. посіб. Київ: Вид-во «Центр учбової літератури», 2021. 152 с.
3. Карпов В., Шевченко-Переполькіна Р., Горбаченко С. Аналіз та прогнозування ринкової кон'юнктури: навч. посіб. Видавництво «Кондор», 2019. 320 с.
4. Мартинович Н. О., Горник В. Г., Бойченко Е. Б. Маркетингові дослідження : навч. посіб. Київ : Вид-во Людмила, 2021. 323 с. <https://surl.li/wjqrda>
5. Тараєвська Л.С. Інфраструктура товарного ринку: навчальний посібник. Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2020. 107 с. URL: <https://surl.li/dxrmcq>
6. Baffes, John; Nagle, Peter, editors. 2022. Commodity Markets: Evolution, Challenges and Policies. © Washington, DC: World Bank. URL: <http://hdl.handle.net/10986/37404>

Конкуреноспроможність підприємства. Теоретичні основи конкурентних відносин. Економіка як система конкуруючих компаній. Конкуреноспроможність як категорія і як властивість підприємства, що функціонує на ринку. Теоретико-методологічні засади управління конкуреноспроможністю підприємства. Діагностика стану конкуреноспроможності підприємства. Конкуреноспроможність товару та методи її оцінки. Розробка та реалізація стратегії і програм забезпечення конкуреноспроможності підприємства. Розвиток підприємства як необхідна передумова забезпечення його конкуреноспроможності.

Рекомендована література:

1. Дмитрієв І. А., Кирчата І. М., Шершеню О. М. Конкуреноспроможність підприємства: навчальний посібник. Х.: ФОП Бровін О.В., 2020. 340 с.
2. Конкуреноспроможність аграрного підприємства : підручник / За заг. редакцією Шуст О.А. Київ: Вид. «Центр учбової літератури», 2024. 536 с.
3. Конкуреноспроможність підприємства : підручник / П. І. Юхименко та ін. Київ: Центр навчальної літератури, 2020. 320с.
4. Леськів Г. З., Франчук В. І., Левків Г. Я., Гобела В. В. Управління конкуреноспроможністю підприємства : навчальний посібник. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2022. 220 с.
5. Шевченко Л. С. Конкуреноспроможність бізнесу (підприємства) : навч. посіб. у питаннях і відповідях. Харків : Право, 2022. 312 с.

Логістика. Логістика – інструмент ринкової економіки. Концепція і методологічний апарат інтегрованої логістики. Об'єкти логістичного управління та логістичні операції. Логістична діяльність та логістичні функції. Логістичний менеджмент в системі загального менеджменту. Логістичний підхід до управління матеріальними потоками у сфері виробництва. Логістичний підхід до управління матеріальними потоками у сфері обігу на аграрному ринку. Логістичний підхід до обслуговування споживачів. Склад і транспорт в логістиці. Економічне забезпечення логістики.

Рекомендована література:

1. Логістика: навч. посіб. / Безугла Л.С., Юрченко Н.І., Ільченко Т.В., Пальчик І.М., Воловик Д.В. Дніпро: Пороги, 2021. 252 с. URL: <https://surl.li/ikyrlj>
2. Логістика в організації міжнародних перевезень: Навчально-методичний комплекс з

дисципліни: навч. посіб. КПІ ім. Ігоря Сікорського; уклад.: Войтко С. В., Корогодова О. О. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 138 с. URL: <https://surl.li/remsfk>

3. Михаліцька Н.Я., Верескля М.Р. Логістичний менеджмент: навчальний посібник. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2020. 440 с. URL: <https://surl.li/havqjx>

4. Міжнародна логістика. Електронний підручник. /за науковою редакцією професора Сохацької О.М. Тернопіль: ЗУНУ. 2022. 370 с. URL:<https://surl.li/uwpurh>

5. Тарасюк Г.М., Рудківський О.А., Рудківська А.Ю., Лагута Я.М. Навчальний посібник для самостійної роботи з навчальної дисципліни «Логістика» для студентів. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. 95 с. URL:<https://surl.li/smekgi>

6. Транспортна логістика: навчальний посібник. Н. Т. Гринів, Т. В. Наконечна, У. О. Балик, О. С. Костюк, С. Л. Литвиненко. Кондор, 2025. 216 с.

7. Тюріна Н.М., Гой І.В., Бабій І.В. Логістика. Навчальний посібник. К. Центр учбової літератури. 2021. 392 с.

8. Крикавський Є, Плохильченко О, Фертч М. Логістика та управління ланцюгами поставок: Навчальний Посібник. Львів: Видавництво львівської політехніки. 2020. 848 с.

9. Kim D.Y., Cieminski G., Romero D. Advances in Production Management Systems. Smart Manufacturing and Logistics Systems: Turning Ideas into Action: IFIP WG 5.7 International Conference, APMS 2022, Gyeongju, South Korea, September 25-29, 2022, Proceedings, Part I. 623 p.

Маркетинг. Сутність маркетингу та його сучасна концепція. Класифікація маркетингу. Характеристика маркетингу. Цифрові маркетингові дослідження та аналітика. Сегментація ринку, персоналізація та поведінка споживачів. Формування маркетингової стратегії підприємства. Інноваційна товарна політика та управління продуктами. Управління торговими марками. Маркетингова цінова політика. Маркетингова збутова політика. Логістика та управління ланцюгами постачання в маркетингу. Маркетингові комунікації. Організація маркетингу. Контроль маркетингу. План маркетингу підприємства.

Рекомендована література:

1. Багорка М.О., Писаренко В.В., Кадирус І.Г., Юрченко Н. І. Антикризовий маркетинг: навч. посіб. Дніпро: Журфонд, 2022. 344 с.

2. Балабанова Л., Холод В., Балабанова І. Маркетинг підприємства: підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 612 с.

3. Балабанова Л. В. Стратегічний маркетинг: підручник / В. В. Балабанова, В. В. Холод, І. В. Балабанова; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі, Ін-т економіки і упр., Каф. маркетинг. менеджменту. Київ: Центр учбової літератури, 2021. 631 с.

4. Карпенко Н. Маркетингова діяльність підприємств. Сучасний зміст : монографія. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 252 с.

5. Косар Н. С. Маркетингові дослідження / Н. С. Косар, О. Б. Мних, Є. В. Крикавський, С. В. Леонова. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2018. 460 с.

6. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу: підручник. Київ : Діалектика, 2020. 880с.

7. Кочкіна Н. Ю. Управління маркетингом : навч. посібник. Київ: Інтерсервіс, 2019. 368с.

8. Окландер М., Кірносорова М. Маркетингова товарна політика : навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2020. 248 с.

9. Окландер М. А., Чукурна О. П. Маркетингова цінова політика: підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 284 с.

10. Писаренко В.В., Багорка М.О. Стратегічний маркетинг: навч. посіб. Дніпро : Пороги, 2020. 239с.

Маркетинг в галузях та сферах діяльності. Поняття, особливості та концепції галузевого маркетингу. Торговельний маркетинг. Промисловий маркетинг. Маркетинг в системі АПК. Маркетинг сільських територій. Основи маркетингу в спортивній сфері. Маркетинг освітніх послуг. Банківський маркетинг.

Рекомендована література:

1. Маркетинг промислового підприємства: навч. посібник / Яковлев А. І. та ін. Київ : Кондор, 2019. 504 с. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/entities/publication/b2032bfd-cf66-4f12-a26d-288ebbf050b>
2. Маркетинг у галузях і сферах діяльності: метод. реком. до вивчення дисципліни / Гавриш І. І., Кифяк О. В., Ковбас Г. І., Крупенна І. А. Чернівці: Чернівець. нац. ун. ім. Ю. Федьковича, 2024. 112 с. URL: <https://surl.li/eooqus>
3. Маркетинг у галузях і сферах діяльності: навч. посіб. / За ред. Буднікевич І. М.К.: «Центр учбової літератури», 2021. 536 с.
4. Маркетингова діяльність сільськогосподарських підприємств: монографія / В.В. Липчук, І.Я. Салука, Р.С. Грабовський, Н.В. Липчук. Дрогобич : ТЗОВ «Трек ЛТД», 2024. 145 с. URL:<https://www.lvet.edu.ua/images/doc/monograph/fem/2024/2/monografiya-marketynhova-diiainist-silskohospodarskykh-pidpriemstv.pdf>
5. Шейдик К. А, Савіна О. І., Вантюх О. М. Маркетинг сільськогосподарської продукції. Ужгород, 2023. 102 с. URL: <https://surl.li/fkpins>
6. Шульга Л.В., Терещенко І.О., Боровик Т.В., Чухліб О.С. Маркетингові комунікації в системі управління підприємством. Ефективна економіка. 2021. №11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9528>
7. Шульга Л. В., Терещенко І. О., Шарлай О. В. Сучасні маркетингові стратегії управління підприємством. Ефективна економіка. 2020. № 9. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8192>

Маркетинг у соціальних мережах. Сутність маркетингу в соціальних мережах. Дослідження та аналіз цільової аудиторії та конкурентів. Знайомство з брендом і клієнтом. Позиціонування бренду в соціальних мережах. Контент-план для соціальних мереж. Трендовий та продаючий візуал в Instagram. Інструменти підвищення активності користувачів у соціальних мережах. Сутність, особливості та показники ефективності таргетованої реклами. Оцінка ефективності маркетингу у соціальних мережах.

Рекомендована література:

1. Виноградова О. В., Недопако Н.М. Маркетинг у соціальних мережах. Навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2022. 202 с.
2. Інтернет-маркетинг: методичні рекомендації з вивчення дисципліни. М-во освіти і науки України, Донець. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, Каф. маркетингу та менеджменту; Ю.Б. Лижник, Р.В. Шамрін, В.В. Барабанова, Г.А. Богатирьова. Кривий Ріг : [ДонНУЕТ], 2022. 52 с.
3. Малтиз В.В. Маркетинг комунікацій і соціальних мереж : навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра всіх спеціальностей. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2024. с.120
4. Палеха Ю. І. Палеха О.Ю. Маркетинг інформаційних продуктів і послуг. Київ : Ліра-К, 2020. 480с.
5. Попова Н. В., Катаєв А. В., Базалієва Л. В., Кононов О. І., Муха Т. А. Маркетингові комунікації : підручник. Харків: «Факт», 2020. 315 с.
6. Робота із соціальними мережами. Посібник з питань використання соціальних мереж, розроблений Департаментом преси і публічної інформації Консультативної місії ЄС в Україні.

Київ: EUAM Ukraine, 2020. 47 с.

7. Шевчук І. Б. Бізнес у соціальних мережах: навч. посіб. Львів: Видавництво ННВК «АТБ», 2021. 219 с.

Маркетингова збутова політика. Сутність і значення маркетингової політики розподілу. Товарний рух і механізм використання каналів розподілу. Управління товарним рухом. Розподіл на підприємствах в аграрній сфері. Оптова торгівля в каналах розподілу. Роздрібна торгівля в каналах розподілу. Державна закупівля та державне замовлення. Вибір маркетингової політики і каналів розподілу. Вибір оптимального каналу розподілу. Конкуренція в каналах розподілу. Розподілення і маркетингова логістика

Рекомендована література:

1. Зозульов О.В., Царьова Т.О., Гавриш Ю.О. Маркетинг. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 298 с. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/51077>

2. Іванечко Н., Борисова Т., Процишин Ю. Маркетинг. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с. URL: <https://surl.li/gwlbeu>

3. Котлер Ф. Маркетинг від А до Я. Київ: Альпіна Паблішер Україна, 2021. 252 с.

4. Маркетингові дослідження: навчальний посібник / Н.О. Мартинович, В.Г. Горник, Е.Б. Бойченко. Київ: «Видавництво Людмила», 2021. 323 с. URL: <https://surl.li/gbimal>

5. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк : Волиньполіграф. 2022. 408 с.

6. Софієнко А.В., Шукліна В.В., Набока Р.М. Теоретичний маркетинг. Херсон: Книжкове видавництво ФОП Вишемирський, 2021. 494 с.

Маркетингова товарна політика. Товари та послуги в маркетинговій діяльності. Ціна та якість товару. Конкурентоспроможність товару та її показники. Ринок товарів і послуг. Формування попиту на ринку окремого товару. Цільовий ринок товару і методика його вибору. Сутність маркетингової товарної політики та її особливості у підприємствах аграрної сфери. Життєвий цикл товару на ринку. Планування та розробка нового товару. Товарні марки та упаковка.

Рекомендована література:

1. Окландер М., Кірносорова М. Маркетингова товарна політика: навчальний посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2020. 248 с. URL : <https://oklander.info/?p=2082>

2. Райко Д.В., Шипуліна Ю.С. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. Суми: Триторія, 2022. 158 с. URL : <http://surl.li/ejdlgl>

3. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг: навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с. URL : <http://surl.li/kkckir>

4. Маркетингова товарна політика: практикум / уклад. : А.В. Шевченко, О.С. Борисенко, Ю.В. Фісун, О.М. Крапко. Київ: НАУ, 2022. 68 с. URL : <https://cutt.ly/h09kQAE>

5. Роулз Д. Цифровий брендинг : повне покрокове керівництво зі стратегії, тактики, інструментів та вимірювань. Харків : Ранок, 2020. 256 с.

6. Балабанова В. В., Холод В. В., Балабанова І. В. Стратегічний маркетинг: підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 631 с.

7. Писаренко В. В., Багорка М. О. Стратегічний маркетинг : навч. посіб. Дніпро : Пороги, 2020. 239 с.

Маркетингове ціноутворення. Ціна як інструмент маркетингової цінової політики. Фактори маркетингового ціноутворення. Система цін та їх класифікація. Витрати та прибуток в структурі ціни виробництва. Методичні підходи до

ціноутворення в системі маркетингу. Маркетингові стратегії ціноутворення. Ціноутворення в міжнародному маркетингу. Оцінювання помилки і ризику в ціноутворенні. Державне регулювання процесів ціноутворення в Україні. Ціноутворення брендів.

Рекомендована література:

1. Корінев В.Л., Корецький М.Х., Дацій О.І. Маркетингова цінова політика. Видавництво: Центр учбової літератури. 2021. 200 с.
2. Окландер М.А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2020. 284 с.
3. Макаренко Н.О., Лищенко М.О. Маркетингове ціноутворення. Теоретичні основи: навч. посіб. Буринь: ПП «Буринська районна друкарня», 2020. 129 с. URL: <http://repo.snau.edu.ua/bitstream/123456789/8280/1/13.pdf>.
4. Опорний конспект лекцій із дисципліни Маркетингове ціноутворення / О.П Бурліцька. Тернопіль: ТНГУ ім. І. Пулюя, 2019. 43 с. URL: <http://surl.li/alriyl>.
5. Останкова Л., Литвинов Ю., Литвинова Т., Подгорная О. Ціноутворення в умовах ринку. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 400 с.

Маркетингові дослідження. Сутність та види маркетингових досліджень. Процес та етапи проведення маркетингових досліджень. Маркетингова інформація: сутність, види, методи збору, переваги та недоліки. Сутність кон'юнктури ринку, визначення його місткості та сегментів. Дослідження конкурентного середовища. Дослідження поведінки споживачів. Маркетингові дослідження внутрішнього середовища підприємства. Маркетингові дослідження брендів. Система маркетингових досліджень в агробізнесі.

Рекомендована література:

1. Барабанова В.В. Маркетингові дослідження: навч. посіб. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2020. 136 с. URL : <http://surl.li/wetfql>
2. Збарський В. К., Талавира М. П.,А. Д. Остапчук. Маркетингові дослідження: навчальнонауковий посібник: за редакцією професора В. К. Збарського. Київ: ЦП «КОМПРИНТ», 2023. 559 с. URL : <http://surl.li/jtjzew>
3. Зюкова І. О. Технології маркетингових досліджень : навч. посіб. Львів : Магнолія 2006, 2024. 386 с.
4. Маркетингові дослідження: навч. посіб. / Т. М. Квятко та ін. Харків : ХНТУСГ, 2020. 163 с.
5. Мартинович Н. О., Горник В. Г., Бойченко Е. Б. Маркетингові дослідження : навч. посіб. Київ: Вид-во Людмила, 2021. 323 с.

Маркетингові комунікації. Сутність маркетингових комунікацій. Рекламування товарів та послуг. Стимулювання збуту і мерчандайзинг. Упаковка, як засіб маркетингової комунікації. Сутність, функції та заходи PR. Реклама на місці продажу. Прямий маркетинг і виставково-ярмаркова діяльність. Маркетингові комунікації підприємств аграрної сфери. Роль маркетингових комунікацій у формуванні іміджу підприємства. Маркетингові комунікації у цифровому середовищі. Оцінка ефективності маркетингових комунікацій

Рекомендована література:

1. Виноградова О. В., Недопако Н.М. Маркетинг у соціальних мережах. Навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2022. 202 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_2239_36285110.pdf
2. Зоріна О. І., Сиволовська О. В., Нескуба Т. В., Мкртичян О. М. Маркетингові комунікації: навч. посібник. Харків: УкрДУЗТ, 2022. 227 с. URL <http://surl.li/mlcask>

3. Кононов О. І., Муха Т. А. Маркетингові комунікації: підручник. Харків: «Факт», 2020. 315 с.
4. Летуновська Н. Є., Хоменко Л. М., Люльов О. В. Маркетинг у цифровому середовищі : підручник. Суми: Сумський державний університет, 2021. 259 с. URL:<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83910>
5. Терещенко І. О., Миролюбов І.О. Особливості впровадження маркетингових комунікацій у цифровому середовищі при формуванні іміджу підприємств АПК. Маркетингові комунікації: інновації та сучасні тренди. Моногр. / за ред. В.Ф. Іванова та Є.В. Ромата. Київ: Студцентр, 2024. С.174-191.
6. Терещенко І.О., Боровик Т.В., Даниленко В. І., Майборода О.В., Шульга Л.В. Перший посібник з таргетингу : навч. посібник. Київ, Видавничий дім «Вініченко», 2024. 166 с.
7. Шестакова А.В. SMM та аналітика ринку: навч. посібн. Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2021. 215 с. URL <http://surl.li/jrrrpo>

Менеджмент. Поняття і сутність менеджменту. Розвиток науки управління. Основи теорії прийняття управлінських рішень. Методи обґрунтування управлінських рішень. Планування в організації. Організація як функція управління. Мотивація. Управлінський контроль. Лідерство. Комунікації в управлінні. Ефективність управління.

Рекомендована література:

1. Вдовічен А. А., Вдовічена О. Г., Чичун В. А. та ін. Менеджмент у питаннях та відповідях: навчальний посібник. Чернівці: ЧТЕІ ДТЕУ, 2023. 172 с. URL: http://chteiknteu.cv.ua/ua/content/download/nayka/monography/men_put_vid_2023.pdf
2. Гірняк, О. М., Лазановський П. П. Менеджмент: підруч. для студ. вищ. навч. закл. Освіти 5-те вид., перероб. і допов. Львів: Магнолія 2006, 2024. 351 с.
3. Моргулець, О. Б. Менеджмент у сфері послуг: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури. 2021. 383 с.
4. Свидрук, І. І. Теорія організації: підручник. Львів: «Новий Світ – 2000», 2023. 174 с.
5. Сидоров О. А., Альошина Т. В., Фісуненко Н. О., Сидорова Е. О. Менеджмент і адміністрування: підручник. Дніпро: Арт-Прес, 2023, 352 с. URL: https://er.dduvs.in.ua/bitstream/123456789/11764/5/Universitet%20Kniga%233_%23_last%21%20%281%29.pdf
6. Хміль, Ф. І. Практикум з менеджменту організацій: навч. посіб. - 2-ге вид., стер. Львів: Магнолія 2006, 2024. 332 с.
7. Хмурова В.В. Менеджмент підприємницької діяльності. Навчальний посібник. «Центр учбової літератури». Київ 2023. 286 с.

Міжнародний маркетинг. Теоретичні аспекти міжнародного маркетингу. Міжнародне маркетингове середовище. Дослідження світових ринків в міжнародному маркетингу. Сегментування цільових закордонних ринків і моделі виходу підприємства на них. Маркетингові стратегії на зарубіжному ринку. Товарна політика у міжнародному маркетингу. Ціноутворення у міжнародному маркетингу. Міжнародні маркетингові комунікації. Засоби просування продукту на зарубіжний ринок. Управління міжнародною маркетинговою діяльністю та її ефективність

Рекомендована література:

1. Лимар В.В., Блюмська-Данько К.В. Міжнародний маркетинг: навчальний посібник. Суми: «Університетська книга», 2021. 240 с.
2. Мальська М.П., Пурська І.С. Міжнародна маркетингова діяльність: теорія та практика: підручник. К.: Центр учбової літератури, 2021. 288 с.
3. Сичова О. Є., Горовий Д. А., Данько Т. В. Основи міжнародного маркетингу : навч.

посібник. Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». Харків : НТУ «ХП», 2023. 121 с.

4. Міжнародний маркетинг: конспект лекцій: навч. посіб. для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» / Співаковська Т.В., Царьова Т.О.; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 71 с. URL:<https://surl.li/odqkqm>.

5. Князева Т. В., Колбушкін Ю. П., Петровська С. В. Міжнародний маркетинг: навчальний посібник. К.: НАУ, 2019. 164 с. URL: <http://surl.li/aymwgn>

6. Барабанова В.В., Богатирьова Г.А., Маловічко С.В. Міжнародний маркетинг: метод. рек. до вивч. дисц. Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2022. 71 с. URL:<http://surl.li/paadij>

7. International Management and Marketing: Textbook / I. Arakelova, V. Khoroshykh, L. Lytvynenko, N. Biletska, Y. Popova, S. Lytvynenko. Kyiv: Publishing House «Condor», 2021. 268 p.

Організація інноваційної діяльності. Сутність інноваційної діяльності. Інноваційний розвиток підприємств аграрної сфери. Державне регулювання інноваційної діяльності. Особливості створення інновацій і формування попиту на них. Товарна інноваційна політика підприємства. Управління потенціалом інноваційного розвитку підприємства. Організаційні форми інноваційної діяльності. Фінансування інноваційної діяльності. Формування та реалізація інноваційного проекту на підприємстві. Оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту. Комерціалізація результатів інноваційної діяльності.

Рекомендована література:

1. Про інноваційну діяльність: Закон України від 04.07.2002 № 40-IV станом на 02.02.2015. Дата оновлення: 30.04.2016. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.

2. Стратегія розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року редакції, схваленій розпорядженням Кабінету Міністрів України від 10 липня 2019 р. № 526-р: URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019-%D1%80>.

3. Барабанова В. В., Богатирьова Г. А. Інноваційний маркетинг: навч. посіб. Кривий Ріг: Вид. ДонНУЕТ, 2022. 145 с.

4. Економіка та бізнес-інновації: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника, д.е.н., проф. О. І. Карінцевої. Суми: Університетська книга, 2023. 702 с.

5. Заблоцький Б. Ф. Економіка й організація інноваційної діяльності: навч. посіб. Вид. 2-ге. Львів: «Новий Світ – 2000», 2020. 427 с.

6. Захарченко В. І. Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформації економіки: навч. посіб. / В. І. Захарченко, Н. М. Корсікова, М. М. Меркулов; Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова, Одес. нац. акад. харч. технологій, Одес. нац. політехн. унт. Київ : ЦУЛ, 2022. 456 с.

7. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком: навч. посіб. Суми: ВТД Університетська книга, 2023. 336 с.

8. Копитко М. І., Блага Н. В. Управління інноваціями та інвестиціями: навчальний посібник у схемах і таблицях. Вид. 2-ге, допов. і перероб. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2022. 296 с.

9. Маркетинг інновацій. Конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» / Укладач: І. В. Лисенко. Чернігів: НУ «Чернігівська політехніка», 2023. 213 с.

Підприємництво. Загальні основи підприємництва. Державне регулювання підприємницької діяльності. Організаційно-правові форми суб'єктів бізнесу. Установчі документи та порядок реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності. Підприємницькі ідеї і методи їх реалізації. Механізм створення власної справи.

Планування в підприємницькій діяльності. Фінансове забезпечення бізнесу. Основи оподаткування підприємницької діяльності. Ліцензування, патентування та франчайзинг в підприємницькій діяльності. Ризики підприємницької діяльності. Підприємницька діяльність у сфері роздрібної торгівлі. Підприємницька діяльність у сфері оптової торгівлі. Підприємницька діяльність у сфері послуг. Менеджмент та маркетинг торговельного підприємства. Торгова логістика. Торговельна політика Євросоюзу.

Рекомендована література:

1. Апопій В.В., Серета С.А., Шутовська Н.О. Основи підприємництва: Навчальний посібник. Львів. Новий Світ-2000. 2018. С. 323.
2. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність : підручник / за заг. ред. О. В. Димченко; [О. В. Димченко, О. Д. Панова, В. В. Коненко та ін.]; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. 432 с.
3. Підприємництво: підручник / І. В. Гондарева. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. 392 с.
4. Основи підприємницької діяльності : підручник / за редакцією д.е.н., проф. В. М. Марченко. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського. Вид-во «Політехніка», 2022. 515 с.
5. Михайлова О.С., Писаренко С.В., Носенко Д.В., Бондаренко Н.С. Підприємницька діяльність під час війни: особливості, ефективність, стратегії. Вісник Хмельницького національного університету. № 6 Хмельницький 2023. С. 15-21

Поведінка споживачів. Поведінка споживачів в умовах економічного обміну. Фактори зовнішнього впливу на поведінку споживачів. Фактори внутрішнього впливу на поведінку споживачів. Процес прийняття рішення індивідуальним та індустріальним споживачем. Маркетингові інструменти впливу на поведінку споживачів. Поведінкова реакція покупців. Кількісні та якісні дослідження поведінки споживачів.

Рекомендована література:

1. Ларіна Я.С. Поведінка споживача: навч. посібник / Я.С. Ларіна, А. В. Рябчик; К.: Олді-Плюс, 2020. 284 с.
2. Пахуча Е.В. Поведінка споживача: конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня спеціальності 075 «Маркетинг». Державний біотехнологічний університет. Х., 2023. 126 с. [URL:https://surl.li/lvtbqw](https://surl.li/lvtbqw)
3. Бабко Н.М., Мандич О.В., Сєвідова І.О., Романюк І.А., Квятко Т.М. Поведінка споживача: навч. посібник. Харків: ХНТУСГ, 2020. 170 с. URL: <https://surl.li/lzpdin>
4. Виноградова О.В. Поведінка споживачів. Практикум. Навчальний посібник. Київ: ДУТ. 2020. 78с.
5. Ірина Кутліна. Поведінка споживача ринкового середовища. К.: Університет «Україна», 2024. 136 с.
6. Райко Д. В. Практикум з дисципліни «Поведінка споживачів»: навч. посібник; Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». Суми : Триторія, 2023. 182 с. URL: <https://surl.li/kjsopm>
7. Психологія та поведінка споживача: методичні рекомендації до практичних завдань для студентів усіх спеціальностей першого (бакалаврського) рівня / уклад. В. В. Ушкальов. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2023. 64 с. URL: <https://surl.li/udobkf>.
8. Gazzaniga, Ivry, & Mangun. Cognitive Neuroscience: The Biology of Mind, 4th edition, New York, NY: Norton & Co. 365 p.

Ринок праці і соціально-трудова відносини. Ринок праці в економічній системі. Трудові ресурси і трудовий потенціал суспільства. Попит та пропозиція

на ринку праці. Соціально-трудові відносини зайнятості. Безробіття та його регулювання. Внутрішньофірмовий ринок праці: HR-маркетинг і HR-брендинг. СТВ як система, соціальне партнерство. Соціальна відповідальність. Моніторинг СТВ. Міжнародна організація праці та її вплив на розвиток СТВ.

Рекомендована література:

1. Економіка праці і соціально-трудові відносини: підручник / О.І. Іляш, Н.О. Черненко, О.А. Шевчук, О.О. Трофименко, С.С. Гринкевич, Я.І. Глушенко; друге видання, за заг. ред. проф. О.І. Іляш, Н. О. Черненко; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2023. 371 с. URL: <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/92f91326-ff3a-48e2-9645-ff9b573aa7ce/content>.
2. Економіка праці та соціально-трудові відносини: підручник. URL: <https://buklib.net/books/22041/>
3. Економіка праці та соціально-трудові відносини : навч. посіб. / О. В. Безпалько та ін.; за заг. ред. О. В. Безпалько. К.: Кафедра, 2020. 310 с. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/7f9fcb34-dd3a-4d33-98a1-d71add67ee8e/content>.
4. Ільч Л.М., Акіліна О.В. Економіка праці та соціально-трудові відносини: підручник. К.: Київський ун-т ім. Бориса Грінченка, 2020. 952 с. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/33738/1/Akilina_L_Illich_EP_pidruch_FITU.pdf
5. Корнійчук Б.В. Ринок праці: навчальний посібник. URL: https://stud.com.ua/146320/menedzhment/rinok_pratsi.
6. Маркетинг персоналу та HR-брендинг: навчальний посібник: Павленко Т.В.; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 97 с. URL: <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/7664a234-4e87-4753-bdf6-e377cb6d68bf/content>.
7. Ринок праці, міграція та соціально-економічний розвиток Європейського Союзу та України: навч.-метод. посіб. Ю.О. Цевух. Одеса: Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова, 2021. 140 с. URL: https://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/fmvps/kaf_svit_gos_mij_eko_vidnosin/mijnarodni_pr_oekti/Teaching_manual_Labor_market_migration_and_socioeconomic_development_of_EU_and_Ukraine.pdf.

Таргетована реклама в соціальних мережах. Сутність та особливості створення і налаштування таргетованої реклами. Налаштування цільової аудиторії і бюджету таргетованої реклами. Налаштування місць розміщення і трансляції таргетованої реклами. Редагування рекламних оголошень та підвищення результативності таргетингу. Визначення найрезультативніших таргетингових стратегій. Оцінка результатів таргетованої реклами в Ads Manager Meta. Стратегії та інструменти таргетованої реклами в галузях та сферах діяльності.

Рекомендована література:

1. Терещенко І.О., Боровик Т.В., Даниленко В. І., Майборода О.В., Шульга Л.В. Перший посібник з таргетингу : навч. посібник. Київ, Видавничий дім «Вініченко», 2024. 166 с.
2. Виноградова О. В., Недопако Н.М. Маркетинг у соціальних мережах. Навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2022. 202 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_2239_36285110.pdf
3. Летуновська Н. Є., Хоменко Л. М., Люльов О. В. Маркетинг у цифровому середовищі : підручник. Суми: Сумський державний університет, 2021. 259 с. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83910>
4. Шестакова А.В. SMM та аналітика ринку: навч. посібн. Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2021. 215 с. URL <http://surl.li/jrrrpo>
5. Виноградова О.В., Н.І. Дрокіна. Маркетингові технології управління Інтернетпроектами: навч. посібник. Київ: ДУТ. 2019. 351 с. URL: https://dut.edu.ua/uploads/1_1706_33529123.pdf

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ АТЕСТАЦІЙНОГО ЕКЗАМЕНУ

Рівень якості підготовки бакалавра визначається з використанням комплексної системи оцінювання: за 100-бальною, 4-бальною, та Європейською кредитною трансферно-накопичувальною системою (за шкалою «А», «В», «С», «D», «Е», «FX», «F»).

Підсумкова оцінка комплексного випробування на атестаційному екзамені є середньозваженою оцінкою за кожний з етапів (40 % за тестове завдання і 60 % за розв'язання комплексного ситуаційного завдання).

Загальні критерії оцінювання тестових завдань:

– понад 90 % правильних відповідей – «відмінно» (90-100 балів, А – за шкалою ЄКТС);

– 76-90 % правильних відповідей – «добре» (76-83 % – 74-81 бали, С – за шкалою ЄКТС; 84-90 % – 82-89 бали, В – за шкалою ЄКТС);

– 60-75 % правильних відповідей – «задовільно» (60-67 % – 60-63 бали, Е – за шкалою ЄКТС; 68-75 % – 64-73 бали, D – за шкалою ЄКТС);

– менше 60 % правильних відповідей – «незадовільно» (31-60 % – 35-59 балів, FX – за шкалою ЄКТС; 0-30 % – 1-34 балів, F – за шкалою ЄКТС).

Оцінювання результатів розв'язання практичного комплексного ситуаційного завдання відповідно до еталонних відповідей відбувається за такими загальними критеріями:

«відмінно» (90-100 балів, А – за шкалою ЄКТС) – завдання виконано повністю, відповідь обґрунтовано, висновки та пропозиції аргументовано і оформлено належним чином; при захисті перед ЕК дано кваліфіковані відповіді на задані здобувачу вищої освіти питання;

«добре» (76-83 % – 74-81 бали, С – за шкалою ЄКТС; 84-90 % – 82-89 бали, В – за шкалою ЄКТС) – завдання виконано повністю, але припущено незначних неточностей у розрахунках або оформленні; або за умови належного оформлення завдання виконано не менше як на 80 %; при захисті перед ЕК дано достатньо кваліфіковані відповіді на задані здобувачу вищої освіти питання;

«задовільно» (60-67 % – 60-63 бали, Е – за шкалою ЄКТС; 68-75 % – 64- 73 бали, D – за шкалою ЄКТС) – завдання виконано не менш як на 70 % за умови належного оформлення; або не менш як на 80 % за умови припущення незначних помилок у розрахунках або оформленні; при захисті перед ЕК здобувач вірно сформулював основні положення завдання, але правильно відповів не на всі поставлені йому питання;

«незадовільно» (31-60 % – 35-59 балів, FX – за шкалою ЄКТС; 0-30 % – 1-34 балів, F – за шкалою ЄКТС) – завдання виконано не менш як на 30 % за умови належного оформлення; або не менш як на 50 % за умови припущення незначних помилок у розрахунках або оформленні; при захисті перед ЕК здобувач вищої освіти не виявив знань основних положень, не зміг відповісти на суттєві питання з теми дослідження.