

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Страховий маркетинг»

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО НАВЧАЛЬНУ ДИСЦИПЛІНУ

Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Код і найменування спеціальності	072 Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок
Тип і назва освітньої програми	ОП Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок
Курс, семестр	1 курс, 2 семестр
Обсяг і форма семестрового контролю з навчальної дисципліни	Кількість кредитів ЄКТС – 4, Загальна кількість годин – 120, із яких: лекцій – 16 год., практичних занять – 24 год. Форма семестрового контролю – екзамен.
Мова (-и) викладання	Державна
Навчально-науковий інститут / факультет, кафедра	Обліку та фінансів Фінансів, банківської справи та страхування
Контактні дані розробника (-ів)	Зоря Світлана Петрівна, к.е.н., доцент, доцент кафедри svitlana.zoria@pdau.edu.ua, (0532) 56-50-03, https://www.pdau.edu.ua/people/zorya-svitlana-petrivna

МІСЦЕ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ В ОСВІТНІЙ ПРОГРАМІ

Статус навчальної дисципліни	вибіркова фахова
Передумови для вивчення навчальної дисципліни	Методологія та організація наукових досліджень; Страховий менеджмент
Компетентності	загальні (ЗК): ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК03. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК05. Здатність приймати обґрунтовані рішення. спеціальні (фахові): ФК7. Здатність до пошуку, використання та інтерпретації інформації, необхідної для вирішення професійних і наукових завдань в сфері фінансів, банківської справи та страхування, страхування та фондового ринку.
Програмні результати навчання	ПР01. Використовувати фундаментальні закономірності розвитку фінансів, банківської справи, страхування та фондового ринку у поєднанні з дослідницькими і управлінськими інструментами для здійснення професійної та наукової діяльності. ПР04. Відшукувати, обробляти, систематизувати та аналізувати інформацію, необхідну для вирішення професійних та наукових завдань в сфері фінансів, банківської справи, страхування та фондового ринку. ПР12. Обґрунтувати вибір варіантів управлінських рішень у сфері фінансів, банківської справи, страхування та фондового ринку та оцінювати їх ефективність з урахуванням цілей, наявних обмежень, законодавчих та етичних аспектів.

РОЛЬ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ У ФОРМУВАННІ СОЦІАЛЬНИХ НАВИЧОК (SOFT SKILLS)

Роль навчальної дисципліни у формуванні у студентів системи знань і вмінь щодо розвитку соціальних навичок, таких як: комунікативні навички, самоорганізація, критичне мислення, лідерські

якості, емоційний інтелект, позитивне мислення, уміння працювати в команді задля успішної самореалізації та досягнень успіхів у майбутній кар'єрі

МЕТА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

формування у здобувачів вищої освіти знань щодо основних принципів, функцій та сутності страхового маркетингу, його практичного використання в діяльності страхових організацій.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1. Страховий маркетинг: сутність та значення у сфері сучасного бізнесу.

Тема 2. Сегментація ринку страхових послуг.

Тема 3. Страхова послуга як продукт страхового маркетингу.

Тема 4. Цінова політика страхової компанії.

Тема 5. Канали збуту страхових послуг.

Тема 6. Технології просування страхових продуктів у страховому маркетингу.

Тема 7. Маркетингова стратегія страховика.

МЕТОДИ НАВЧАННЯ І ВИКЛАДАННЯ

Словесні методи (лекція, пояснення, бесіда); наочні методи (презентації, ілюстрування); практичні методи (практичні роботи, робота з навчально-методичною, науковою літературою, нормативно-правовими актами, робота з джерелами в мережі Інтернет); методи усного контролю (опитування); методи письмового контролю (контрольна робота); методи самостійної роботи (завдання самостійної роботи); методи формування пізнавальних інтересів (створення ситуації інтересу і новизни навчального матеріалу; метод відповідей на запитання і опитування думок здобувачів вищої освіти); методи стимулювання і мотивації обов'язку й відповідальності (роз'яснення мети навчальної дисципліни, висування вимог до вивчення дисципліни, вказання на недоліки, зауваження); інтерактивні методи навчання (дискусії, мозковий штурм, інтерактивної взаємодії); комп'ютерні, мультимедійні методи (використання мультимедійних презентацій, елементів дистанційного навчання).

ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Схема нарахування балів, шкала та критерії оцінювання результатів навчання

Наведені у Додатку до силабусу

ПОЛІТИКА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ТА ОЦІНЮВАННЯ

- щодо термінів виконання та перекладання

Виконання та перекладання здобувачами вищої освіти за всіма формами контролю здійснюється відповідно до вимог Положення про організацію освітнього процесу в Полтавському державному аграрному університеті (<http://surl.li/tugprjh>) та Положення про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти в Полтавському державному аграрному університеті (<http://surl.li/kxsxey>). До семестрового контролю здобувачі вищої освіти допускаються у разі виконання всіх видів робіт, передбачених робочою програмою.

- щодо академічної доброчесності

Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності Полтавського державного аграрного університету (<http://surl.li/tecyhx>). Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання; зазначення посилань на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень тощо; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації. Процедура розгляду справ щодо порушення норм академічної доброчесності учасниками освітнього процесу здійснюється згідно з Положенням про Комісію з академічної доброчесності Полтавського державного аграрного університету (<http://surl.li/wperxc>). Спеціальні та локальні нормативно-правові акти з питань забезпечення академічної доброчесності представлено на сторінці

	Академічна доброчесність ПДАУ (http://surl.li/dvigaf).
- ЩОДО ВІДВІДУВАННЯ ЗАНЯТЬ	У відповідності до п. 7.9.11 Положення про організацію освітнього процесу в Полтавському державному аграрному університеті (http://surl.li/tugrjrh) відвідування здобувачами вищої освіти всіх видів навчальних занять є обов'язковим. Відмітка про відвідування занять здобувачами здійснюється в електронному журналі обліку аудиторної навчальної роботи викладача. Контроль за відвідуванням здобувачами вищої освіти навчальних занять здійснює декан факультету.
- ЩОДО ЗАРАХУВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НЕФОРМАЛЬНОЇ / ІНФОРМАЛЬНОЇ ОСВІТИ	Здійснюється у відповідності до Закону України «Про освіту», Закону України «Про вищу освіту», Наказу Міністерства освіти і науки України «Про затвердження порядку визнання у вищій та фаховій передвищій освіті результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та / або інформальної освіти», Положення про порядок визнання результатів навчання, здобутих у неформальній та інформальній освіті здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету (http://surl.li/emjzef).
- ЩОДО ОСКАРЖЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ОЦІНЮВАННЯ	Оскарження результатів оцінювання здійснюється згідно п. 5 Положення про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти в Полтавському державному аграрному університеті (http://surl.li/kxsxey).

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основні

1. Мельник Т. А., Сибірцев В. В. Страхування : навч. посіб. Кропивницький : ПП «Ексклюзив Систем», 2022. 307 с.
2. Опальчук Р. М. Страхувальний менеджмент: навч. посіб. Київ: ЦП «Компринт», 2023. 251 с.
3. Про страхування : Закон України від 18 листоп. 2021 р., № 1909-IX / Відомості Верховної ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1909-20#Text>.
4. Сенишин О. С., Кривенко О. В. Маркетинг : навч. посіб. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
5. Сіренко Н. М., Мельник О. І., Шишпанова Н. О. Страхувальний менеджмент : навч. посіб.; Миколаїв. нац. аграр. ун-т. Миколаїв : МНАУ, 2020. 179 с.
6. Стратегічний маркетинг : підруч. / О. І. Лабурцева, Л. К. Яцишина, О. С. Бондаренко, Т. М. Янковець ; за ред. А. А. Мазаракі. Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2023. 248 с.

Допоміжні

1. Адаменко І., Зоря С. Сутність та значення страхового маркетингу у сфері сучасного бізнесу. *Наукове забезпечення розвитку національної економіки: досягнення теорії та проблеми практики* : матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції молодих вчених (м. Полтава, 10 листопада 2022 року). Полтава, 2022. С. 3–4.
2. Алескерова Ю. В., Салькова І. Ю., Федоришина Л. І. Страхувальний менеджмент : підручник. Вінниця : ВНАУ, 2019. 294 с.
3. Аранчій В. І., Остапенко О. М., Остапенко Т. М. Страхувальний менеджмент : навч. посіб. Полтава : ПДАА, 2018. 215 с.
4. Ведмідь М. О., Зоря С. П. Технології просування страхових продуктів у страховому маркетингу. *Актуальні питання сучасної економічної науки* : збірник матеріалів V Всеукр. наук.-практ. конф., 6 грудня 2022 р. Полтава : ПДАУ. С. 162–164.
5. Голобородько В., Зоря С. Страхова культура як основа розвитку страхового бізнесу в Україні. *Наукове забезпечення розвитку національної економіки: досягнення теорії та проблеми практики* : матеріали VII Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених, 29 жовтня 2020 р. Полтава, 2020. С. 42–44.
6. Горулько Л., Зоря С. Страхувальний ринок України в умовах воєнного стану. *Наукове забезпечення розвитку національної економіки: досягнення теорії та проблеми практики* : матеріали X Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених (м. Полтава, 09 листопада 2023 року). Полтава, 2023. С. 70–72.
7. Зоря О.П., Зоря С.П., Мауер Д. Р. Цифровий маркетинг як основа підвищення страхової культури та забезпечення ефективності управління діяльності страховика. *Інфраструктура ринку*. 2022. Вип. 66. С. 232-236. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2022/68_2022/42.pdf.

8. Зоря О.П., Зоря С.П., Мауер Д. Р. Підвищення ефективності страхового менеджменту за допомогою інструментів digital-маркетингу страхових послуг. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2022. Випуск 2(02). URL: <http://dees.iei.od.ua/index.php/journal/article/view/75> DOI: 10.32782/dees.2-19.
9. Зоря О. П., Зоря С. П. Використання інтерактивних інтернет-платформ учасниками освітнього процесу. *Innovative educational technologies: European experience and its application in training in economics and management: Scientific and pedagogic internship* (October 10 – November 20, 2022. Riga, Latvia). Riga, Latvia: Baltija Publishing, 2022. P. 60–63.
10. Зоря С. П., Чумак В. Д., Мисник Т. Г. Особливості функціонування страхового ринку в Україні. *Ефективна економіка*. [Електронний журнал]. 2018. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6783>.
11. Зоря С. П. Особливості конкуренції на страховому ринку України. *Актуальні проблеми економіки*. № 4 (178). 2016. С. 274–279.
12. Зоря С. П. Страховий ринок України: стан та особливості конкуренції. *Наукове забезпечення розвитку національної економіки: досягнення теорії та проблеми практики* : матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених, 31 жовтня 2019 р. Полтава, 2019. С. 72–75.
13. Зоря С. П., Романець Г. П. Страхова культура в Україні. *Соціально-економічні, політичні та гуманітарні виміри національного та місцевого розвитку* : зб. наук. ст. учасників другої всеукраїнської наук.-практ. конф. / редкол. : С. В. Степаненко (голова ред.) та ін. Полтава : ПНПУ імені В. Г. Короленка , 2020. С. 241–244.
14. Зоря С. П. Економічна сутність та напрями оцінки конкуренції на страховому ринку. *Збірник наукових праць науково-практичної конференції професорсько-викладацького складу Полтавської державної аграрної академії за підсумками науково-дослідної роботи в 2019 році (м. Полтава, 22-23 квітня 2020 року)*. Полтава : РВВ ПДАА, 2020. С. 155–157.
15. Зоря С. П., Ромаш Д. В. Диджиталізація страхового ринку України. *Економіка, фінанси, банківська справа та освіта: актуальні питання розвитку, досягнення та інновації* : матеріали ІХ Інтернет-конференції (Одеса, 4-5 квітня 2024 р.) / за ред. д-ра екон. наук, проф. Д. В. Завадської. Одеса: ОНЕУ, 2024. С. 194–196.
16. Карцева В. В., Прасолова С. П. Інститути міжнародного страхового ринку: навчальний посібник+навчальний тренінг. Київ : «SBA-Print», 2020. 568 с.
17. Клапків Ю. М. Ринок страхових послуг: концептуальні засади, технічні інновації та перспективи розвитку : монографія. Тернопіль : ТНЕУ, 2020. 568 с.
18. Ковтун Л., Зоря С. Особливості страхування під час воєнного стану. *Наукове забезпечення розвитку національної економіки: досягнення теорії та проблеми практики* : матеріали Х Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених (м. Полтава, 09 листопада 2023 року). Полтава, 2023. С. 142–143.
19. Козьменко О. В., Козьменко С. М., Васильєва Т. А. «4Р» маркетингу страхових компаній : монографія. Суми : Університетська книга, 2016. 432 с.
20. Конкурентоспроможність страхового ринку України в умовах активізації глобалізаційних процесів: колективна монографія [текст] / за матеріалами праць наукової групи і науковою редакцією д-ра екон. наук, проф. Л. В. Шірінян. К. : Видавництво Ліра-К, 2020. 404 с.
21. Корман І. І., Семенда О. В., Макушок О. В. Маркетингове дослідження українського ринку страхових послуг. *Київський економічний науковий журнал*. 2024. № 4. С. 119-126. URL: <https://journals.kyumu.kyiv.ua/index.php/economy/article/view/107/105>.
22. Лисокобилка І., Зоря С. Інтернет страхування в Україні. *Наукове забезпечення розвитку національної економіки: досягнення теорії та проблеми практики* : матеріали VII Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених, 29 жовтня 2020 р. Полтава, 2020. С. 94–96.
23. Литовченко І. Л., Рудінська О. В., Новошинська Л. В., Баранова В. Г. Стратегічне маркетингове планування в страхових компаніях : монографія. Одеса : ИНВАЦ, 2014. 280 с.
24. Маркетинг у цифровому середовищі : підручник / Летуновська Н. Є., Хоменко Л. М., Люльов О. В. та ін. ; за заг. ред. Летуновської Н. Є., Хоменко Л. М. Суми : Сумський державний університет, 2021. 259 с.
25. Олійник О.В., Нагасва Г.О. Страхування : навч. посіб. Харків : ХНАУ. 2020. 252 с
26. Сенишин О. С., Кривенко О. В. Маркетинг : навч. посіб. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
27. Сосновська О. О. Страхування : навч. посіб. К. : Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2021. 328 с.

Інформаційні ресурси мережі Інтернет

1. Асоціація страховий бізнес (АСБ) – об'єднання учасників страхового ринку України: веб-сайт. URL: <https://insurancebiz.org/>.
2. Державний комітет статистики України : веб-сайт. URL: ukrstat.gov.ua.
3. Кабінет Міністрів України (Урядовий портал): веб-сайт. URL: <https://www.kmu.gov.ua>.
4. Ліга страхових організацій України (ЛІСОУ). : веб-сайт. URL:<http://uainsur.com/>.
5. Міністерство Фінансів України : веб-сайт. URL: <https://mof.gov.ua/uk>.
6. Моторне (транспортне) страхове бюро України (МТСБУ) : веб-сайт. URL: <https://mtsbu.ua/>.
7. Національний банк України: веб-сайт. URL: <https://bank.gov.ua/>.
8. Національна асоціація страховиків України веб-сайт. URL: <https://www.nasu.com.ua/>.
9. Офіційні сайти страхових компаній України.
10. Ядерний страховий пул України: веб-сайт. URL: <https://nuclearpool.com.ua/about>.
11. Insurance Europe : веб-сайт. URL: <http://www.insuranceeurope.eu/>.
12. FORINSURER : веб-сайт. URL: <https://forinsurer.com/>.

**Реквізити
затвердження**

Затверджено на засіданні кафедри фінансів, банківської справи та страхування
протокол від 02 вересня 2024 року № 1

Додаток до силябусу

СХЕМА НАРАХУВАННЯ БАЛІВ, ШКАЛА ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни Страховий маркетинг

Назва теми	Форми контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти				Разом по темі	
	опитування	виконання завдань на практичних заняттях	виконання завдань самостійної роботи			підсумкова контрольна робота ³
			підготовка тез ¹	виконання домашніх завдань ²		
Тема 1. Страховий маркетинг: сутність та значення у сфері сучасного бізнесу	3	5				8
Тема 2. Сегментація ринку страхових послуг	3	5				8
Тема 3. Страхова послуга як продукт страхового маркетингу	3	5				8
Тема 4. Цінова політика страхової компанії	3	5				8
Тема 5. Канали збуту страхових послуг	3	5				8
Тема 6. Технології просування страхових продуктів у страховому маркетингу	3	5				8
Тема 7. Маркетингова стратегія страховика	3	5				8
Підготовка тез	-	-	8	21		8
Виконання домашніх завдань	-	-	-			21
Підсумкова контрольна робота	-	-	-		-	15
Разом	21	35	8	21	15	100

¹протягом семестру здобувачі вищої освіти готують тези доповіді в розрізі тем навчальної дисципліни, з якими доповідають на міжнародній, всеукраїнській, студентській науково-практичній конференції, засіданні наукового гуртка, або підсумковій конференції (круглому столі) за результатами вивчення дисципліни, тощо. При цьому бали (максимум 8 балів) виставляються окремою позицією;

²протягом семестру здобувачі вищої освіти виконують домашні завдання по кожній темі навчальної дисципліни отримуючи максимум по 3 бали за кожну тему при цьому бали виставляються сумарно (максимум 21 бал) окремою позицією;

³в кінці семестру передбачено написання підсумкової контрольної роботи (максимум 15 балів), при цьому бали виставляються окремою позицією.

Шкала та критерії оцінювання
Опитування

Кількість балів	Критерії оцінювання
3	здобувач вищої освіти отримує за усну відповідь у випадку надання повної та чіткої відповіді, що свідчить про високий рівень навиків використовувати фундаментальні закономірності розвитку страхового маркетингу у поєднанні з дослідницькими і управлінськими інструментами для здійснення професійної та наукової діяльності, відшукувати, обробляти, систематизувати та аналізувати інформацію, необхідну для вирішення професійних та наукових завдань в сфері страхового маркетингу, а також обґрунтувати вибір варіантів управлінських рішень з питань страхового маркетингу та оцінювати їх ефективність з урахуванням цілей, наявних обмежень, законодавчих та етичних аспектів
2	здобувач вищої освіти отримує у випадку надання неповної чи не точної відповіді, що свідчить про достатній рівень навиків використовувати фундаментальні закономірності розвитку страхового маркетингу у поєднанні з дослідницькими і управлінськими інструментами для здійснення професійної та наукової діяльності, відшукувати, обробляти, систематизувати та аналізувати інформацію, необхідну для вирішення професійних та наукових завдань в сфері страхового маркетингу, а також обґрунтувати вибір варіантів управлінських рішень з питань страхового маркетингу
1	здобувач вищої освіти отримує у випадку допущення суттєвих помилок у відповідях, що свідчить про низький рівень навиків використовувати фундаментальні закономірності розвитку страхового маркетингу у поєднанні з дослідницькими і управлінськими інструментами для здійснення професійної та наукової діяльності, а також вміння застосовувати лише базові знання з питань страхового маркетингу для прийняття рішень
0	у випадку неможливості здобувача вищої освіти надати відповіді на питання, що свідчить про відсутність знань та не дає можливість оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів навчання в межах даної дисципліни

виконання завдань на практичних заняттях

Кількість балів	Критерії оцінювання
5	здобувач вищої освіти отримує у випадку правильного виконання практичних завдань, належного їх оформлення, що свідчить про високий рівень здібностей використовувати фундаментальні закономірності розвитку страхового маркетингу у поєднанні з дослідницькими і управлінськими інструментами для здійснення професійної та наукової діяльності, відшукувати, обробляти, систематизувати та аналізувати інформацію, необхідну для вирішення професійних та наукових завдань в сфері страхового маркетингу, а також обґрунтувати вибір варіантів управлінських рішень з питань страхового маркетингу та оцінювати їх ефективність з урахуванням цілей, наявних обмежень, законодавчих та етичних аспектів
3-4	здобувач вищої освіти отримує у випадку виявлення незначних методичних помилок при виконанні та оформленні практичних завдань, що свідчить про достатній рівень здібностей використовувати фундаментальні закономірності розвитку страхового маркетингу у поєднанні з дослідницькими і управлінськими інструментами для здійснення професійної та наукової діяльності, відшукувати, обробляти, систематизувати та аналізувати інформацію, необхідну для вирішення професійних та наукових завдань в сфері страхового маркетингу, а також обґрунтувати вибір варіантів управлінських рішень з питань страхового маркетингу
1-2	здобувач вищої освіти отримує у випадку наявності значної кількості методичних помилок при виконанні та оформленні практичних завдань, що свідчить про низький рівень здібностей використовувати фундаментальні закономірності розвитку страхового маркетингу у поєднанні з дослідницькими і управлінськими інструментами для

	здійснення професійної та наукової діяльності, відшукувати, обробляти, систематизувати та аналізувати інформацію, необхідну для вирішення професійних та наукових завдань в сфері страхового маркетингу, застосовувати базові знання з питань страхового маркетингу для прийняття рішень, а також не можливість обґрунтувати вибір варіантів управлінських рішень у сфері страхування
0	у випадку не можливості здобувача вищої освіти виконати практичні завдання, що свідчить про відсутність знань та здібностей застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання та інтерпретації практичних завдань, та не дає можливість оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів навчання в межах даної дисципліни

виконання завдань самостійної роботи (підготовка тез)

Кількість балів	Критерії оцінювання
8	здобувач вищої освіти отримує у випадку підготовки наукових тез та виступі з доповіддю на міжнародній, всеукраїнській, студентській науково-практичній конференції, засіданні наукового гуртка, або підсумковій конференції (круглому столі) за результатами вивчення дисципліни, що свідчить про високий рівень навиків використовувати фундаментальні закономірності розвитку страхового маркетингу у поєднанні з дослідницькими і управлінськими інструментами для здійснення професійної та наукової діяльності, відшукувати, обробляти, систематизувати та аналізувати інформацію, необхідну для вирішення професійних та наукових завдань в сфері страхового маркетингу, а також обґрунтувати вибір варіантів управлінських рішень з питань страхового маркетингу та оцінювати їх ефективність з урахуванням цілей, наявних обмежень, законодавчих та етичних аспектів
5	здобувач вищої освіти отримує у випадку підготовки наукових тез доповіді (без виступу) на міжнародну, всеукраїнську, студентську науково-практичну конференцію, засідання наукового гуртка, або підсумкову конференцію (круглий стіл) за результатами вивчення дисципліни, що свідчить про достатній рівень навиків використовувати фундаментальні закономірності розвитку страхового маркетингу у поєднанні з дослідницькими і управлінськими інструментами для здійснення професійної та наукової діяльності, відшукувати, обробляти, систематизувати та аналізувати інформацію, необхідну для вирішення професійних та наукових завдань в сфері страхового маркетингу, а також обґрунтувати вибір варіантів управлінських рішень з питань страхового маркетингу та оцінювати їх ефективність з урахуванням цілей, наявних обмежень, законодавчих та етичних аспектів
0	здобувач вищої освіти отримує у випадку відсутності підготовлених наукових тез доповіді на міжнародну, всеукраїнську, університетську конференцію, або підсумкову конференцію (круглий стіл) за результатами вивчення дисципліни, що не дає в цілому можливість оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів навчання в межах даної дисципліни

виконання завдань самостійної роботи (виконання домашніх завдань)

Кількість балів	Критерії оцінювання
3	здобувач вищої освіти отримує за кожну тему у випадку правильного виконання завдань та належного їх оформлення, що свідчить про високий рівень навиків використовувати фундаментальні закономірності розвитку страхового маркетингу у поєднанні з дослідницькими і управлінськими інструментами для здійснення професійної та наукової діяльності, відшукувати, обробляти, систематизувати та аналізувати інформацію, необхідну для вирішення професійних та наукових завдань в сфері страхового маркетингу, а також обґрунтувати вибір варіантів управлінських рішень з питань страхового маркетингу та оцінювати їх ефективність з урахуванням цілей, наявних обмежень, законодавчих та етичних аспектів

2	здобувач вищої освіти отримує за кожну тему у випадку незначних помилок при виконанні домашніх завдань, що свідчить про достатній рівень навиків використовувати фундаментальні закономірності розвитку страхового маркетингу у поєднанні з дослідницькими і управлінськими інструментами для здійснення професійної та наукової діяльності, відшукувати, обробляти, систематизувати та аналізувати інформацію, необхідну для вирішення професійних та наукових завдань в сфері страхового маркетингу, а також обґрунтувати вибір варіантів управлінських рішень з питань страхового маркетингу та оцінювати їх ефективність з урахуванням цілей, наявних обмежень, законодавчих та етичних аспектів
1	здобувач вищої освіти отримує за кожну тему у випадку допущенні суттєвих помилок чи фрагментарному відображенні матеріалу при виконанні домашніх завдань, що свідчить про низький рівень навиків використовувати фундаментальні закономірності розвитку страхового маркетингу у поєднанні з дослідницькими і управлінськими інструментами для здійснення професійної та наукової діяльності, відшукувати, обробляти, систематизувати та аналізувати інформацію, необхідну для вирішення професійних та наукових завдань в сфері страхового маркетингу
0	здобувач вищої освіти отримує у випадку відсутності належно оформлених домашніх завдань, що свідчить про відсутність володіння навичок самостійної роботи та не дає в цілому можливість оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів навчання в межах даної дисципліни

Підсумкова контрольна робота (включає 5 питань, із них 4 запитань теоретичного характеру та 1 задача. Кожне питання (в т. ч і задача), оцінюється у 3 бали. Відповідно, максимальна кількість балів – 15.

Кількість балів	Критерії оцінювання
	<i>Теоретичне питання</i>
3	здобувач вищої освіти отримує у випадку надання повної та чіткої відповіді на теоретичне питання, що свідчить про високий рівень навиків використовувати фундаментальні закономірності розвитку страхового маркетингу у поєднанні з дослідницькими і управлінськими інструментами для здійснення професійної та наукової діяльності з питань страхового маркетингу, а також обґрунтувати вибір варіантів управлінських рішень з питань страхового маркетингу та оцінювати їх ефективність з урахуванням цілей, наявних обмежень, законодавчих та етичних аспектів
2	здобувач вищої освіти отримує у випадку надання неповної чи не точної відповіді, що свідчить про достатній рівень навиків використовувати фундаментальні закономірності розвитку страхового маркетингу у поєднанні з дослідницькими і управлінськими інструментами для здійснення професійної та наукової діяльності з питань страхового маркетингу, а також обґрунтувати вибір варіантів управлінських рішень з питань страхового маркетингу та оцінювати їх ефективність з урахуванням цілей, наявних обмежень, законодавчих та етичних аспектів
1	здобувач вищої освіти отримує у випадку допущення суттєвих помилок у відповідях, володінні тільки загальним понятійним апаратом в межах тематики навчальної дисципліни, що свідчить про низький рівень навиків використовувати фундаментальні закономірності розвитку страхового маркетингу у поєднанні з дослідницькими і управлінськими інструментами для здійснення професійної та наукової діяльності з питань страхового маркетингу, а також вміння застосовувати лише базові знання з питань страхового маркетингу для прийняття рішень
0	здобувач вищої освіти отримує у випадку відсутності відповіді (правильної) на теоретичне питання, що засвідчує факт незасвоєння теоретичного матеріалу що стосується страхового маркетингу та не дає можливість оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів навчання в межах даної дисципліни

	<i>Задача</i>
3	здобувач вищої освіти отримує у випадку правильного виконання задачі, належного її оформлення, що свідчить про високий рівень здібностей використовувати фундаментальні закономірності розвитку страхового маркетингу у поєднанні з дослідницькими і управлінськими інструментами для здійснення професійної та наукової діяльності, відшукувати, обробляти, систематизувати та аналізувати інформацію, необхідну для вирішення професійних та наукових завдань в сфері страхового маркетингу, а також обґрунтувати вибір варіантів управлінських рішень з питань страхового маркетингу та оцінювати їх ефективність з урахуванням цілей, наявних обмежень, законодавчих та етичних аспектів
2	здобувач вищої освіти отримує у випадку виявлення незначних методичних помилок при виконанні та оформленні задачі, що свідчить про достатній рівень здібностей використовувати фундаментальні закономірності розвитку страхового маркетингу у поєднанні з дослідницькими і управлінськими інструментами для здійснення професійної та наукової діяльності, відшукувати, обробляти, систематизувати та аналізувати інформацію, необхідну для вирішення професійних та наукових завдань в сфері страхового маркетингу, а також обґрунтувати вибір варіантів управлінських рішень з питань страхового маркетингу
1	здобувач вищої освіти отримує у випадку наявності значної кількості методичних помилок при виконанні та оформленні задачі, що свідчить про низький рівень здібностей використовувати фундаментальні закономірності розвитку страхового маркетингу у поєднанні з дослідницькими і управлінськими інструментами для здійснення професійної та наукової діяльності, відшукувати, обробляти, систематизувати та аналізувати інформацію, необхідну для вирішення професійних та наукових завдань в сфері страхового маркетингу, застосовувати базові знання з питань страхового маркетингу для прийняття рішень, а також неможливість обґрунтувати вибір варіантів управлінських рішень у сфері страхування
0	у випадку неможливості здобувача вищої освіти розв'язати задачу, що свідчить про відсутність знань та здібностей застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання та інтерпретації практичного завдання, та не дає можливість оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів навчання в межах даної дисципліни