|  |  |
| --- | --- |
| **Силабус курсу**  **«Організація туризму»**  **Освітній ступінь: бакалавр**  **Галузь знань**: 24 Сфера обслуговування  **Спеціальність:** 242 Туризм  **Освітньо-професійна програма**: «Туризм»  **Кількість кредитів:** 4  **Рік підготовки:** 4-й, 7семестр  **Компонент освітньої програми:** обов’язкова  **Мова викладання**: українська | Описание: Логотип УжНУ |

**Керівник курсу**

**доц. кафедри туризму, к.геогр.н. Габчак Наталія Францівна**

**Контактна інформація –** [natalia.habchak@uzhnu.edu.ua](mailto:natalia.habchak@uzhnu.edu.ua)

**Опис дисципліни**

Основна мета навчальної дисципліни «Організація туризму» сформувати у здобувачів вищої школи цілісний суспільно-економічний та політичний погляд на особливості та тенденції розвитку туризму, формування у майбутніх бакалаврів комплексу знань щодо базових принципів, категорій, методів та інструментів організації туристичних подорожей, ознайомити здобувачів з основними поняттями теорії і методології транспортних систем і особливостей їх використання для потреб туризму, сформувати уявлення про необхідність суворого дотримання норм і правил безпеки подорожей, виконання усіх необхідних туристських формальностей при здійсненні міжнародних туристичних подорожей.

Виходячи з мети важливим є набуття здобувачами комплексу теоретичних знань і практичних навичок з організації туристичної діяльності та здатністю працювати в міжнародному середовищі, бути конкурентоздатними фахівцями з туризму на ринку праці, виокремлювати перспективи розбудови транспортної інфраструктури в межах України.

Вона є обов’язковим курсом програми підготовки фахівців за освітньо-професійною програмою 242 «Туризм» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти і займає чільне місце в циклі дисциплін що поглиблюють професійну підготовку фахівців у сфері туризму.

**Завданнями** навчальної дисципліни «Організація туризму» є вивчення системи понять туристичної діяльності, організація нових напрямів здійснення туристичної діяльності в межах України, застосування вітчизняного та закордонного досвіду реалізації кластерної моделі функціонування туристичного ринку.

**Предметом** вивчення навчальної дисципліни є організаційно-правові і технологічні аспекти проектування, планування, просування і здійснення туристичних подорожей у якості комплексного туристичного продукту.

**Навчальний контент**

# Змістовний модуль 1.

# ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

**Тема 1.** **Основи туризмознавства**

Співвідношення понять «туризм» і «рекреація», місце рекреації і туризму у структурі життєвого часу людини, різні трактування поняття «туризм», сутність організації туризму. Сутність і фактори мотивації туристів до подорожі, рекреаційні та активні потреби туристів, емоційні та пасіонарні потреби туристів, інтелектуальні і професійні потреби туристів. Соціальні функції туризму, економічні функції туризму, негативні наслідки розвитку туризму, гуманітарні функції розвитку туризму, фактори розвитку туризму.

# Тема 2. Класифікація туристичних подорожей

Спрямованість, організованість і тривалість туристичної подорожі: Міжнародний і внутрішній туризм», плановий і самодіяльний туризм, соціальний та інтенсивний туризм», короткотривалий і довготривалий туризм. Кількість, інтенсивність і сезонність туристичних потоків: Індивідуальний і колективний туризм, разовий і постійний туризм, сезонний і міжсезонний туризм.

# Тема 3. Туристична інфраструктура

# Види туристського споживання, туристські витрати, поняття «туристичний продукт», класифікація туристичних послуг. Транспортна система в туризмі, заклади і установи розміщення в туризмі, заклади і установи харчування в туризмі. Заклади і установи торгівлі в туризмі, заклади і установи системи фінансів в туризмі, заклади і установи сфери індивідуальних послуг в туризмі, інформаційна інфраструктура туризму.

# Тема 4. Організація туристичного ринку

Суб’єкти туристської діяльності на ринку, туристичний попит, туристична пропозиція, сегментація ринку туристичних послуг, позиціювання туристичного продукту. Види туристичних послуг, сутність і робочі цикли туроператора, функції туроператора, напрями туроперейтингу і види туроператорів, профіль роботи туроператора. Сутність ліцензування туристичної діяльності, основні функції державних органів ліцензування у сфері туризму, вимоги до туристичних фірм-ліцензіатів, основні види туристичних договорів, вимоги до провадження туроператорської діяльності.

# Тема 5. Туристична індустрія регіонів України

Туристична індустрія Карпатського регіону: сучасний стан та перспективи розвитку. Характеристика туристичної інфраструктури прикордонних територій Закарпатської області.

# Тема 6. Організація спеціалізованих видів туризму

Організація рекреаційних видів спеціалізованого туризму. Організація пізнавальних видів спеціалізованого туризму. Організація активних видів спеціалізованого туризму. Організація екстремальних видів спеціалізованого туризму. Організація івентивних видів спеціалізованого туризму.

# Тема 7. Транспортні системи в туристичній діяльності

Транспортні системи в туристичній діяльності. Організація автомобільного транспорту в туризмі. Автомобільні транспортні засоби. Система автомобільних шляхів сполучення. Організація пасажирських перевезень автомобільним транспортом. Правові аспекти функціонування автомобільного транспорту. Особливості використання автомобільного транспорту в туризмі. Організація залізничного транспорту в туризмі. Організація повітряного транспорту в туризмі. Організація водного транспорту в туризмі.

**Змістовний модуль 2.**

# ТУРИСТИЧНИЙ ОПЕРЕЙТИНГ

**Тема 8. Туроператор як суб'єкт туристичного ринку**

Основи туроператорської діяльності. Функції туроператора. Фактори туристичного оперейтингу. Профіль роботи туристичного оператора.

# Тема 9. Організація обслуговування туристів

Туристське споживання та туристські витрати. Класифікація туристських послуг. Програмний туроперейтинг. Якість обслуговування і засоби її контролю.

# Тема 10. Проектування туристичного продукту

Сутність і призначення тур-проектування. Сегментування туристичного ринку. Конкурентна боротьба туроператора. Визначення фокус-групи споживачів туристичних послуг. Позиціонування турів і туроператорів.

# Тема 11. Планування туристичного продукту

Сутність тур-планування. Ідентифікація постачальників туристичних послуг. Специфіка тур-планування аутгоінг-туроператора. Типова хронологія тур-планування ініціативного туроператора. Договірний процес у тур-плануванні.

# Тема 12. Просування туристичного продукту

Сутність «просування турпродукту». Рекламні інструменти в туроперейтингу. Нерекламні засоби стимулювання споживачів. Стратегії туроператора на туристичному ринку. Стратегії управління життєвим циклом турпродукту.

# Тема 13. Організація послуг гостинності в туризмі

Класифікація готелів і закладів розміщення. Класифікація готельних номерів. трьохмісний номер (trpl, triple room), багатомісний номер (multiple bedded room). Вимоги до закладів розміщення за ДСТУ 4268:2003. Взаємодія готелів і туроператорів. Взаємодія туроператорів і закладів харчування.

# Тема 14. Розробка нового туристичного продукту

Проектування нового туристичного продукту в Україні. Проектування нового туристичного продукту за кордон. Розробка і просування нового туристичного продукту в Україні. Розробка і просування нового туристичного продукту в Україні.

**Предметом** вивчення навчальної дисципліни є організаційно-правові і технологічні аспекти проектування, планування, просування і здійснення туристичних подорожей у якості комплексного туристичного продукту.

Відповідно до освітньо-професійної програми 242 «Туризм», вивчення даної дисципліни сприяє формуванню у здобувачів вищої освіти таких **компетентностей**:

# Загальні компетентності (ЗК)

**ЗК02.** Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя

**ЗК03.** Здатність діяти соціально відповідально та свідомо **ЗК04**. Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу **ЗК05.** Прагнення до збереження навколишнього середовища

**ЗК06.** Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел

**ЗК09.** Вміння виявляти, ставити і вирішувати проблеми

**ЗК13.** Здатність планувати та управляти часом

## **Спеціальні (фахові, предметні) компетентності ) (СК):**

**СК1.** Знання та розуміння предметної області й специфіки професійної діяльності

**СК3.** Здатність аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал регіонів і локальних територій

**СК4.** Здатність аналізувати діяльність суб’єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління **СК5.** Розуміння сучасних тенденцій і регіональних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів

**СК6.** Розуміння процесів організації туристичних подорожей і комплексного туристичного обслуговування (готельного, ресторанного, транспортного, екскурсійного, рекреаційного)

**СК8**. Розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи суб’єкта туристичної індустрії та її підсистем

**СК9.** Здатність забезпечувати безпеку туристів у звичайних та складних форс-мажорних обставинах

**СК10.** Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал

**СК12.** Здатність визначати індивідуальні туристичні потреби, використовувати сучасні технології обслуговування туристів та вести претензійну роботу

**СК16.** Здатність працювати з документацією та здійснювати розрахункові операції суб’єктом туристичного бізнесу

**СК18.** Здатність до організації нових форм рекреаційної діяльності, орієнтованої на пізнання природи, мінімізацію шкоди довкіллю та підтримку етнокультури

**СК19.** Здатність організовувати та здійснювати туристичну діяльність на природоохоронних територіях

**СК20.** Здатність оцінювати регіональні туристичні ресурси та використовувати їх у процесі популяризації національного туристичного продукту

**СК21.** Розробляти рекомендації для державних органів влади та органів місцевого самоврядування у сфері контролю за туристичною діяльністю

**СК22.** Впроваджувати стратегію зовнішньоекономічної діяльності підприємств туристичної галузі, насамперед в межах транскордонних територій

**Формування програмних компетентностей**

Відповідно до освітньо-професійної програми «Туризм», вивчення навчальної дисципліни «Організація туризму» повинно забезпечити досягнення здобувачами вищої освіти таких програмних результатів навчання (ПРН):

|  |  |
| --- | --- |
| **Програмні результати навчання** | **Шифр ПРН** |
| Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення туристичного законодавства, національних і міжнародних стандартів з  обслуговування туристів | ПРН1 |
| Знати і розуміти основні форми і види туризму, їх поділ | ПРН3 |
| Організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних  технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки | ПРН9 |
| Встановлювати зв’язки з експертами туристичної та інших галузей | ПРН13 |
| Управляти своїм навчанням з метою самореалізації в професійній туристичній  сфері | ПРН17 |
| Володіти методиками оцінки туристично-рекреаційних ресурсів регіону | ПРН23 |

Очікувані результати навчання, які повинні бути досягнуті здобувачами освіти після опанування навчальної дисципліни «Організація туризму»:

|  |  |
| --- | --- |
| **Очікувані результати навчання з дисципліни** | **Шифр ПРН** |
| Вміти використовувати на практиці основні положення туристичного законодавства, нормативних документів, національних і міжнародних  стандартів з обслуговування туристів | ПРН1 |
| Знати класифікацію основних видів туризму | ПРН3 |
| Володіти знаннями та основними принципами і методами організації та  технології обслуговування туристів | ПРН3 |
| Володіти сучасними інформаційними, комунікаційними і сервісними технологійями щодо дотримання стандартів якості і норм безпеки в туризмі Володіти сучасними інформаційними, комунікаційними і сервісними  технологійями щодо дотримання стандартів якості і норм безпеки в туризмі | ПРН9 |
| Вміти створювати, рекламувати та реалізовувати туристичний продукт | ПРН9 |
| Вміти реалізовувати на практиці основні принципи, процеси і технології  організації роботи суб’єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем | ПРН13 |
| При потребі нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності | ПРН17 |
| Раціонально використання туристично-рекреаційні ресурси регіону при  створенні туристичного продукту. | ПРН23 |
| Застосування вітчизняного та закордонного досвіду реалізації кластерної  моделі функціонування туристичного ринку. | ПРН23 |

# ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Ефективність засвоєння даного курсу підвищує попереднє вивчення таких навчальних дисциплін як: «Географія туризму», «Правознавство», «Основи безпеки в туристичній діяльності», «Сучасні різновиди туризму» і є основою для засвоєння таких професійних навчальних дисциплін: «Туроперейтинг», «Маркетинг в туризмі», «Менеджмент в туризмі», «Рекреалогія» тощо.

Навчальна дисципліна вивчається у сьомому семестрі за даною освітньою програмою.

**Літературні джерела**

**Основна література**

1. Александрова А. Ю. Международный туризм [Текст] : учебник /   
Александрова А. Ю. – М. :  Аспект Пресс, 2002. – 470 с.

2. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму [Текст] : підручник /   
В. К. Кіптенко. – К. : Знання, 2010. – 502 с.

3. Любіцева О.О. Методика розробки турів : навчальний посібник. – К.: Альтерпрес, 2003. – 104 с.

4. Організація туризму : підручник / І. М. Писаревський, С. О. Погасій,   
М. М. Поколодна та ін.; За ред. І. М. Писаревського. – Х. : ХНАМГ, 2008. – 541 с.

5. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії [Текст] / За ред. проф. І.М. Школи – Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. – 662 с.

**Допоміжна література**

1. Господарський кодекс України, прийнятий 16 січня 2003 р. // Відомості Верховної Ради України. — 2003. — № 18, № 19—20, № 21—22
2. Про захист прав споживачів: Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua)
3. Агафонова Л. Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання. [Текст] / Агафонова Л. Г., Агафонова О. Є. – К.: Знання України, 2002.

Агеев Е. Я. Маркетинг от простого к сложному (ответы на вопросы)/ Е. Я. Агеев, В. И. Чепинога. – Львов : Новий світ – 2000, 2004. – 424 с.

Азарян О. М. Ринок туристичних послуг : моніторинг і розвиток комплексу маркетингу : [монографія / МОН України. ДонДУЕТ] /   
О. М. Азарян, Н. Л. Жукова. – Донецьк : Вид-во ДонМУ, 2002. – 243 с.

Анн Х. Маркетинг : Учебник для вузов. 3-е изд. [под общ. ред. Г. Л. Багиева] / Х. Анн, Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич. – Спб. : Питер, 2005. – 736 с.

Антонюк А. А. Оцінювання ефективності маркетингової діяльності на підприємстві / А. А. Антонюк // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2008. – № 3. – С. 5-9.

Балабанова Л. В. Маркетинг : [підручник. – 2-ге вид., перероб. і доп.] / Балабанова Л. В. – К. : Знання Прес, 2004. – 645 с.

1. Бабарицька В. Менеджмент туризму. [Текст] / Бабарицька В., Малиновська О. – К.: “Альтерпрес”, 2004.
2. Байлик С.І., Кравець О.М. Організація анімаційних послуг в туризмі: Навч. посібник. – Харків: ХНАМГ, 2008. – 197 с.

Бєлявцев М. І. Маркетинг : [навчальний посібник] / М. І. Бєлявцев, Л. М. Іваненко. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 328 с.

Близнюк С. В. Маркетинг в Україні : проблеми становлення та розвитку / Близнюк С. В. – К. : ІВЦ „Видавництво „Політехніка”, 2003. – 384 с.

Блоцкий С. Маркетинг и финансовый результатт / С. Блоцкий // Отдел Маркетинга. – 2004. – № 1. – С. 17-20.

1. Богалдин-Малых В. В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса : туристические, гостинично-ресторанные и развлекательные комплекс / В. В. Богалдин-Малых. – М. : Издательство Московского психолого-социального института; Воронеж: Издательство НПО „МОДЭК”, 2004. – 560 с.

Бриггс С. Маркетинг в туризме / Бриггс С. - К.: Знання, 2005. – 358 с.

Васильев Г. А. Маркетинг [учебное пособие для вузов] /   
Г. А. Васильев, Т. А. Гайденко. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 238 с.

Гаркавенко С. С. Маркетинг: [підручник] / С. С. Гаркавенко. – К. : Лібра, 2004. – 712 с.

**Галасюк С. С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності : навч. посіб. / С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов ; Одес. нац. екон. ун-т. – 2-ге вид., доп. і доопр. – Херсон : Олді-плюс, 2016. – 248 с.**

1. Гуменюк М.С. Критерії і показники оцінки ефективності діяльності підприємств ресторанного господарства // Науковий вісник ЧТЕІ КНТЕУ. – Чернівці АНТ Лтд, 2004. – Вип. IV. - с. 339-355.

Дорогунцова С. І. Управління сучасним готельним комплексом [навчальний посібник] / С. І. Дорогунцова. - К.: Ліра-К, 2005. – 520 с.

1. Дурович А. П. Маркетинг в туризме : [учебное пособие] /   
   А. П. Дурович. – 3-е изд. – Мн. : Новое знание, 2003. – 496 с.

Земляков І. С. Основи маркетингу : [навчальний посібник] / І. С. Земляков, І. Б. Рижий, В. І. Савич – К. : Центр навчальної літератури, – 2004. – 352 с.

1. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. [Текст] / В. Ф. Кифяк – Чернівці: Зелена Буковина, 2003. -312с.

Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм : [учебник для вузов : пер. с англ.] / Котлер Ф., Боуен Дж., Мейкенз Дж. – М. : ЮНИТИ, 1998. – 787 с.

Котлер Ф. Основы маркетинга : [пер. с англ.] / Ф. Котлер – М. : „Ростинрэр”, 1996. – 701 с.

Кудлай В. Г. Оцінка ефективності управління маркетингом на під-приємстві / В. Г. Кудлай // Економіка, фінанси, право. – 2006. – № 12. – С. 12-17.

Кудлай В. Г. Теоретичні аспекти управління маркетингом підприємства / В. Г. Кудлай // Економіка. Фінанси. Право. – 2007. – № 2. – С. 19-28.

Липчук. В. В. Маркетинг : Основи теорії та практики. Навчальний посібник [за загальною редакцією В. В. Липчука] / Липчук В. В., Дудяк А. П., Бугіль С. Я. – Львів : „Новий світ 2000” : „Магнолія плюс”. – 2003. – 288 с.

1. Любіцева О О. Організація туризму в Україні : конспект лекцій. [Текст] / Любіцева О О., Бабарицька В.К., Мельник О.П. – К., 1995.
2. Мальська М. Планування діяльності туристичних підприємств. [Текст] / М.Мальська, О.Бордун. – К.: «Знання», 2005.
3. Менеджмент гостиниц и ресторанов: Учебник / Н.И. Кабушкин,   
   Г.А. Бондаренко. – 3-е изд., перераб. и доп. – Мн.: Новое знание, 2002. – 368 с.
4. Менеджмент туристичної індустрії: Навч. посібник [Текст] / За ред. проф. І.М.Школи. – Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. – 662 с.

Мороз Л. А. Маркетинг : [підручник] / Л. А. Мороз., Н. І. Чухрай – Львів : Національний університет „Львівська політехніка” (Інформаційно – видавничий центр „ІНТЕЛЕКТ+” Інституту післядипломної освіти), „Інтелект-Захід”, 2002. – 244 с.

Мостенська Т. Л. Основи маркетингу : [навчальний посібник] – К. : Кондор, 2005. – 240 с.

Мунін Б.Г. Маркетинг туризму : [навчальний посібник] /   
Б. Г. Мунін, З. І. Тимошенко, Є. В. Самарцев, А. О. Змійов – К. : Вид-во Європ. ун-ту. – 2006. – 324 с.

Нечаюк Л. І. Готельно-ресторанний бізнес : менеджмент [навчальний посібник] / Нечаюк Л. І., Нечаюк Н. О. – К.: ЦНЛ, 2006. – 348 с.

Павленко А. Ф. Маркетинг : [підручник] / А. Ф. Павленко,   
А. В. Войчак – К. : КНЕУ, 2003. – 246 с.

Пащук О. В. Маркетинг послуг : Стратегічний підхід : [навчальний посібник] / О. В. Пащук– К. : ВД „Професіонал”, 2005. – 560 с.

Правик Ю. М. Маркетинг туризму : [підручник] / Ю. М. Правик. – К. : Знання, 2008. – 303 с. – (Вища освіта ХХІ століття).

Роглєв Х. Й. Основи готельного менеджменту [навчальний посібник]/ Х. Й. Роглєв – К.: Кондор, 2005. – 408 с.

Сергеев А. М. Поведение потребителей : [учебное пособие] /   
А. М. Сергеев, С. А. Бойченко. – М. : Эксмо, 2006. – 320 с.

1. Ситник В. Ф. Основи інформаційних систем: Навчальний посібник [Текст] / Ситник В. Ф., Писаревська Т. А., Єрьоміна Н. В., Краєва О. С. За ред. Ситника В. Ф. - К.: КНЕУ, 1997. - 252 с.
2. Смирнов Э. А. Розробка управлінських рішень: Підручник для вузів. [Текст] / Э. А. Смирнов – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000.

Стоун М. Маркетинг ориентированный на потребителя [пер. с англ. М. Веселковой] / Стоун М., Вудкок Н., Мэчтингер Л. – М. : ФАИР–ПРЕСС, 2003. – 336 с.

Теорія і практика маркетингу в Україні : [монографія] /   
А. Ф. Павленко, А. В. Войчак, В. Я. Кардаш, В. П. Пилипчик та ін. ; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф., акад. АПН України А. Ф. Павленка. – К. : КНТЕУ, 2005. – 584 с.

Ткаченко Т. І. Управління якістю готельних послуг [монографія] / Ткаченко Т. І., Мельниченко С. В., Новак М. В. - К.: КНТЕУ, 2006. – 234 с.

Туніцький Н. О. Системний підхід до організації маркетингу на підприємстві / Н. О. Туніцький // Актуальні проблеми економіки. – 2008. –   
№ 4. – С. 29-35.

1. Устименко Л. М. Туризм та його вплив на засади і форми дозвіллєвої культури молоді. [Текст] / Устименко Л. М. - К., 1998.
2. Школа І. М. Туристичний менеджмент. [Текст] / Школа I. M., Григорків B. C., Кифяк В. Ф. – Чернівці : Рута, 2003. – 662 с.

**Інформаційні ресурси**

1. <http://www.me.gov.ua/Documents/MoreDetails?lang=uk-UA&id=2c48859c-3471-4508-8d0d-60df67c47e84&title=ProUpravlinniaTurizmuTaKurortiv> – Департамент туризму та курортів Міністерства економічного розвитку і торгівлі України
2. <http://www.ukrstat.gov.ua/>. – Офіційний сайт Державного комітету статистики України
3. <http://tourlib.net/>. – Все о туризме – туристическая библиотека
4. <http://tourism-book.com/>. – Туризм для студента (туристична бібліотека)
5. <http://www2.unwto.org/>. – Офіційний сайт Світової організації туризму
6. **Політика оцінювання**

Політика щодо дедлайнів та перескладання: Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75% від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Політика щодо академічної доброчесності: Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття.

1. **Оцінювання**

|  |  |
| --- | --- |
| Види оцінювання | % від остаточної оцінки |
| Модуль 1 (теми 1-6) усне опитування, тести, завдання | 50 |
| Модуль 2 (теми 7-13) усне опитування, тести, завдання | 50 |
| Підсумковий контроль (теми 1-13) – тести, завдання (складається здобувачем у разі отримання оцінки FХ | 100 |

Відмітка про залік у національній шкалі («зараховано», «не зараховано») та оцінка в шкалі ЄКТС виставляється на підставі семестрового рейтингового бала здобувача за дисципліну таким чином:

1. **Шкала оцінювання: національна та ЄКТС**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Сума балів за всі види навчальної діяльності | ОцінкаECTS | Оцінка за національною шкалою | |
| для екзамену, курсового проекту (роботи), практики | для заліку |
| 90 - 100 | **A** | відмінно | зараховано |
| 82 - 89 | **B** | добре |
| 75 - 81 | **C** |
| 64 - 74 | **D** | задовільно |
| 60 - 63 | **E** |
| 35 - 59 | **FX** | незадовільно з можливістю повторного складання | не зараховано з можливістю повторного складання |
| 0 - 34 | **F** | незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни | не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни |

До силабусу додаються навчально-методичні матеріали з дисципліни, що знаходяться у відповідному контенті на системі електронного навчання Moodle.