



Уманський
національний університет
садівництва

Факультет економіки і
підприємництва

Кафедра підприємства,
торгівлі та біржової діяльності

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Управління оптовою і роздрібною торгівлею»

Рівень вищої освіти: другий (магістр)
Спеціальність: 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Освітня програма: Аграрне підприємництво та агротрейдинг
Навчальний рік, семестр: 2022-2023 н.р., семестр 2
Курс (рік навчання) 1 (1)
Форма навчання: денна
Кількість кредитів ЄКТС: 6
Мова викладання: українська
Обов'язкова/вибіркова: обов'язкова

Лектор курсу	Олександр Непочатенко
Профайл лектора	https://economics.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/nepochatenko-oleksandr-anatolijovich.html
Контактна інформація лектора (e-mail)	nepochatenko2@gmail.com
Сторінка курсу в MOODLE	http://moodle.udau.edu.ua/

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Мета курсу	<ul style="list-style-type: none">➤ формування у студентів сучасного наукового світогляду і системи глибоких спеціальних знань про управління торгових процесів і їх вплив на ефективність комерційної діяльності суб'єктів ринкових відносин, вироблення вмінь і навичок їх використання у практичній діяльності підприємств
Завдання курсу	<ul style="list-style-type: none">➤ забезпечення теоретичної підготовки з управління торгівлею майбутніх фахівців товарознавства і біржової діяльності;➤ вивчення основних понять, логістичних систем в організації товароруку;➤ вивчення та освоєння змісту технологічних операцій в роздрібній і оптовій торгівлі і уміння в удосконалення з метою підвищення ефективності роботи торговельних підприємств;➤ формування творчого потенціалу і його використання в пошуку резервів зростання доходів і скорочення витрат в організації товароруку;➤ формування вмінь творчого пошуку резервів удосконалення комерційної діяльності підприємства.
Компетентності	<ul style="list-style-type: none">➤ ЗК 1. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.➤ ЗК 2. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.➤ СК 2. Здатність проводити оцінювання продукції, товарів і послуг в підприємницькій, торговельній та/або біржовій діяльності➤ СК 4. Здатність до вирішення проблемних питань і прийняття управлінських рішень у

	професійній діяльності.
Програмні результати навчання	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Вміти адаптуватися та проявляти ініціативу і самостійність в ситуаціях, які виникають в професійній діяльності. ➤ Оцінювати продукцію, товари, послуги, а також процеси, що відбуваються в підприємницьких, торговельних та/або біржових структурах, і робити відповідні висновки для прийняття управлінських рішень. ➤ Розробляти і приймати рішення, спрямовані на забезпечення ефективності діяльності суб'єктів господарювання у сфері підприємницької, торговельної та/або біржової діяльності. ➤ Впроваджувати інноваційні проекти з метою створення умов для ефективного функціонування та розвитку підприємницьких, торговельних та/або біржових структур.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції / практичні (семінарські, лабораторні))	Зміст тем курсу	Завдання	Оцінювання (балів)
Модуль 1				
Змістовний модуль 1. Поняття, склад і структура суб'єктів системи роздрібної торгівлі				
Topic 1: The concept of trade management. types of retailers and their characteristics	2/2	The emergence and evolution of the concept of "trade". Comprehensive description of the essence of entrepreneurship and its importance in modern conditions. The main properties of trade. Trade as a phenomenon and as a process. Principles of entrepreneurial activity. Functions of entrepreneurship.	Опрацювання лекційного матеріалу, ознайомлення з поняттям управління торгівлею. Виконання завдань для самостійної роботи, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, вирішення проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	2
Тема 2. Фази і порядок створення роздрібногo торговельного підприємства*	2/2	Організації безпосередньої діяльності роздрібногo торговця з ведення роздрібногo реалізації та обслуговування покупців передусє процес його створення. Створення роздрібногo торговельного підприємства (його філії, торговельногo одиниці) проводиться відповідно до чинного законодавства України в частині регулювання підприємницької діяльності у сфері комерції.	Опрацювання лекційного матеріалу, ознайомлення з фазами і порядком створення роздрібногo торговельного підприємства. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, вирішення ситуаційних задач з теми заняття, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	2

Тема 3. Управлінська побудова роздрібних торговців	2/2	Численність, різноспеціалізованість і відмінності в масштабах діяльності породжують помітну поліваріантність організаційної побудови роздрібних торговців на споживчому ринку.	Опрацювання лекційного матеріалу, розгляд управлінської побудови роздрібних торговців. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, вирішення ситуаційних задач з теми заняття, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	2
Модульний контроль				7
Змістовний модуль 2. Управління і розвиток роздрібно торгівельної мережі				
Тема 4. Суть, принципи і завдання управління роздрібною мережею	2/2	Роздрібна реалізація товарів і послуг відбувається в мережі найрізноманітніших за видом, типом, форматом, організаційно-правовою формою роздрібних торговців. Справді, в організаційному плані будь-який суб'єкт роздрібно торгівлі з числа продавців за своїм змістом є роздрібним торговцем. Незважаючи на певні відмінності між окремими класами і групами роздрібних торговців, за територіальною ознакою вони об'єднуються в локальну, регіональну, національну роздрібну торговельну мережу. Оцінка ефективності організаційно-економічного механізму підприємств. Основні напрями вдосконалення елементів організаційно-економічного механізму агропромислового виробництва. Моделі організаційно-економічного механізму розвитку агропромислового виробництва.	Опрацювання лекційного матеріалу, ознайомлення з суттю, принципами та завданнями управління роздрібною мережею. Виконання завдань для самостійної роботи, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, вирішення ситуаційних задач з теми заняття, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	2
Тема 5. Характеристика основних видів, типів і форматів роздрібних торговців	1/1	Основні принципи організації роботи роздрібних торговців дозволяють поділяти їх на роздрібних, дрібно-роздрібних і віртуальних. У складі мережі підприємств роздрібно торгівлі власне роздрібну її частину становлять магазини і палатки, тоді як до дрібно-роздрібно частини торговельної мережі належать кіоски, ятки, автомати, пункти пересувної торгівлі, нестационарні торгові одиниці	Опрацювання лекційного матеріалу, ознайомлення з характеристиками основних видів, типів і форматів роздрібних торговців. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, вирішення ситуаційних задач з теми заняття, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	2

		тощо.		
Тема 6. Концентрація і спеціалізація роздрібною мережі	1/1	На організацію роздрібною торговельною мережі значно впливають процеси концентрації і спеціалізації роздрібних торговців, багато в чому визначаючи кількісний і якісний стан цієї мережі.	Опрацювання лекційного матеріалу, ознайомлення з концентрацією і спеціалізацією роздрібною мережі Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, вирішення ситуаційних задач з теми заняття, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	2
Тема 7. Територіальне розміщення роздрібною мережі	2/2	Основні підходи до розміщення вітчизняною мережі роздрібних торговців. Правильно здійснений вибір місця розташування торговельного підприємства забезпечує йому вагомий тривалий конкурентну перевагу стосовно до інших суб'єктів торговельного середовища.	Опрацювання лекційного матеріалу, ознайомлення з сутністю територіального розміщення роздрібною мережі. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, вирішення ситуаційних задач з теми заняття, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	2
Модульний контроль				7
Змістовний модуль 3. Формування асортименту та управління ним у магазині				
Тема 8. Завдання і методи вивчення попиту населення на роздрібних підприємствах	2/2	Для того щоб виробництво товарів розвивалося відповідно до потреб суспільства, необхідна тісна взаємодія торгівлі з промисловістю і планування виробництва товарів на основі систематичного, всебічного вивчення й прогнозування попиту населення.	Опрацювання лекційного матеріалу, ознайомлення з завданнями та методами вивчення попиту населення на роздрібних підприємствах. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, вирішення ситуаційних задач з теми заняття, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	2

<p>Тема 9. Спеціалізація підприємств і планування товарного асортименту</p>	<p>2/2</p>	<p>Поняття і класифікація асортименту товарів. Стабільність роздрібноі торгівлі визначається раціональністю, повнотою і стійкістю асортименту товарів. Від складу й оновлення асортименту безпосередньо залежать зростання товарообігу і швидкість реалізації товарів. Принципи формування асортименту. Удосконалення організації торговельного обслуговування населення і підвищення економічної ефективності підприємств роздрібноі торгівлі багато в чому залежать від правильного формування асортименту товарів у магазинах.</p>	<p>Опрацювання лекційного матеріалу, ознайомлення з спеціалізацією підприємств і плануванням товарного асортименту. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, вирішення ситуаційних задач з теми заняття, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle</p>	<p>2</p>
<p>Модульний контроль</p>				<p>6</p>
<p>Змістовний модуль 4. Управління оптовою торгівлею</p>				
<p>Тема 10. Поняття оптового ринку як місця і сфери здійснення оптової торговельної діяльності</p>	<p>1/1</p>	<p>Товарний характер розширеного суспільного відтворення обумовлює об'єктивну необхідність існування товарного ринку — місця і сфери здійснення обміну ново-виготовленого товару, оцінки його вартості.</p>	<p>Опрацювання лекційного матеріалу, ознайомлення з поняттям оптового ринку як місця і сфери здійснення оптової торговельної діяльності. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, вирішення ситуаційних задач з теми заняття, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle</p>	<p>2</p>
<p>Тема 11. Суть і завдання оптової торгівлі — основного складового елемента оптового ринку</p>	<p>1/1</p>	<p>Оптова торгівля поряд з іншими учасниками товарного ринку бере активну участь у формуванні системи господарських зв'язків, організації і проведенні різноманітних комерційних операцій і об'єктів. Водночас вона має деякі внутрішні особливості і відмінності, що дозволяють кваліфікувати її в окрему підгалузь галузі торгівлі.</p>	<p>Опрацювання лекційного матеріалу, ознайомлення з суттю і завданням оптової торгівлі. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, вирішення ситуаційних задач з теми заняття, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle</p>	<p>2</p>

<p>Тема 12. Структура та інфраструктура оптової торгівлі</p>	<p>1/1</p>	<p>В умовах розвитку ринкових відносин відбувається реформування організаційної побудови оптової торгівлі. Якщо раніше в рамках двох соціальних форм торгівлі — державної і кооперативної — вона була практично незмінною, плановою, то сьогодні організаційна побудова цієї підгалузі торгівлі динамічно розвивається як сукупність структурних і інфраструктурних елементів.</p>	<p>Опрацювання лекційного матеріалу, ознайомлення з структурою та інфраструктурою оптової торгівлі. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, вирішення ситуаційних задач з теми заняття, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle</p>	<p>2</p>
<p>Тема 13. Види оптових підприємств та їх класифікація</p>	<p>1/1</p>	<p>Поняття оптового торговельного підприємства. Основним суб'єктом підгалузі гуртової торгівлі є оптове підприємство. Як і решта торговельних підприємств, оптове функціонує на засадах організаційно-правової та господарської самостійності, вільного вибору власної товарної спеціалізації, асортиментного профілю, контингенту контрагентів.</p>	<p>Опрацювання лекційного матеріалу, ознайомлення з видами оптових підприємств та їх класифікація. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, вирішення ситуаційних задач з теми заняття, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle</p>	<p>2</p>
<p>Тема 14. Структура і побудова апарату оптового підприємства</p>	<p>2/2</p>	<p>Структурна побудова оптового торговельного підприємства. У практиці оптової торгівлі на сьогодні немає уніфікованої структурної побудови апарату оптового торговельного підприємства. У ринкових умовах господарювання вона формується самостійно власниками такого підприємства виходячи з перспективних обсягів оптового обороту, функціональної зони діяльності, наявності складського господарства, товарної і функціональної спеціалізації та інших факторів.</p>	<p>Опрацювання лекційного матеріалу, ознайомлення з побудовою апарату оптового підприємства. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, вирішення ситуаційних задач з теми заняття, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle</p>	<p>2</p>
<p>Модульний контроль</p>				<p>7</p>
<p>Змістовний модуль 5. Управління оптовим продажем товарів</p>				

Тема 15. Форми оптового продажу і види оптового обороту	2/2	Суть оптового продажу. Оптовий продаж товарів здійснюють оптові торгові підприємства, а також виробничі підприємства, які реалізують свою продукцію оптовим і роздрібним торговельним підприємствам і організаціям на основі укладених між ними договорів.	Опрацювання лекційного матеріалу, ознайомлення з формами оптового продажу та видами оптового обороту. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, вирішення ситуаційних задач з теми заняття, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	2
Тема 16. Управління продажем товарів зі складу	2/2	Методи оптового продажу. Невеликі розміри обігу більшості роздрібних підприємств, їх розміщення далеко від промислових підприємств, що випускають товари народного споживання, обумовлюють необхідність організації постачання їх переважно зі складів оптових баз.	Опрацювання лекційного матеріалу, ознайомлення з управлінням продажем товарів зі складу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, вирішення ситуаційних задач з теми заняття, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	2
Тема 17. Організація транзитної поставки товарів	2/1	Активізація оптового продажу. В умовах безупинного зростання виробництва товарів, підвищення вимог до їх асортименту і якості з боку покупців, загострення конкуренції на оптовому ринку від оптових підприємств вимагають відмови від старих методів механічного розподілу товарів по торгових організаціях і уміння по-справжньому торгувати.	Опрацювання лекційного матеріалу, ознайомлення з організацією транзитної поставки товарів. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, вирішення ситуаційних задач з теми заняття, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	2
Тема 18. Активізація і стимулювання оптового продажу товарів	2/1	Активізація оптового продажу. В умовах безупинного зростання виробництва товарів, підвищення вимог до їх асортименту і якості з боку покупців, загострення конкуренції на оптовому ринку від оптових підприємств вимагають відмови від старих методів механічного розподілу товарів по торгових організаціях і уміння по-справжньому торгувати.	Опрацювання лекційного матеріалу, ознайомлення з активізацією та стимулюванням оптового продажу товарів. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, вирішення ситуаційних задач з теми заняття, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	2
Модульний контроль				7
Всього за 2 семестр	30/28			70
Екзамен				30
Всього за курс				100

10. Курсова робота

Навчальним планом для економічних спеціальностей передбачено написання курсових робіт з управління оптовою і роздрібною торгівлею. Виконання їх має за мету поглиблення і закріплення теоретичних й практичних знань студентів, розвиток навиків самостійної творчої роботи.

Курсова робота повинна розвинути у студентів вміння та навички використовувати технічні прийоми і способи аналізу цифрових даних.

Виконання студентом курсової роботи починається з визначення її теми і об'єкта (підприємство, магазин, група товарів), на матеріалах якого буде проведено дослідження. При виборі теми повинні бути враховані особисті нахили студента, актуальність, елементи новизни, можливість використання практичних даних підприємства, відповідати сучасному стану і перспективам розвитку комерційної діяльності торговельних та виробничих підприємств.

Важливим етапом є збір інформації безпосередньо на торговельних підприємствах, на підприємствах виробників різноманітних товарів, за матеріалами яких виконується курсова робота. Визначивши теоретичні аспекти теми курсової роботи, опрацювавши літературні джерела, студент має визначити перелік показників, характеристик та інше, які потрібно зібрати на підприємстві.

Зібраний студентом матеріал потребує ретельної обробці, систематизації та упорядкуванню відповідно до теми, плану курсової роботи. Його необхідно скласти у потрібні таблиці, графіки, діаграми, здійснити групування, ранжирування, класифікацію.

На засадах результатів аналізу зібраної інформації студент повинен сформулювати висновки.

Формування висновків із курсової роботи являє собою стислий виклад одержаних результатів по суті розробленої теми й окремих питань, що мають практичне значення та можливості застосування у практичній діяльності торговельного (виробничого) підприємства, на базі якого проводилися дослідження.

Курсова робота повинна відповідати темі виданого завдання та мати такі структурні елементи:

- титульний аркуш;
- зміст роботи;
- вступ;
- основну частину;
- висновки і пропозиції;
- список використаних літературних та інформаційних джерел;
- додатки

Обсяг курсової роботи має складати приблизно 25-35 сторінок. Цей обсяг розрахований на використання комп'ютерів із шрифтом текстового редактора Word розміру 14 з півторрядковим інтервалом.

Курсову роботу друкують машинописним способом з одного боку аркуша білого паперу формату А4 (210 мм на 297 мм) до тридцяти рядків на сторінці. Текст друкується на аркушах з берегами: лівий - 30 мм, правий - 10 мм, верхній - 20 мм, нижній - 20 мм шрифтом однакової щільності чорного кольору.

Захист курсової роботи відбувається перед комісією, яка складається з двох викладачів кафедри. Студент коротко докладає основні положення і результати роботи, висновки, дає пояснення по суті зауважень рецензента, відповідає на запитання членів комісія.

Оцінку курсової роботи дає комісія. При вирішенні питання про оцінку, окрім якості виконаної роботи враховується вміння студента пов'язувати теоретичні знання з практикою, логічно мислити, змістовно відповідати на запитання.

Орієнтовна тематика курсових робіт:

1. Аналіз стану ринку споживчих товарів регіону (на прикладі окремих груп продовольчих, непродовольчих товарів).
2. Управління і шляхи підвищення ефективності роздрібною торгівлі продовольчими (непродовольчими) товарами в місті (на прикладі якої-небудь групи товарів).
3. Управління оптовими закупівлями і шляхи підвищення їх ефективності.
4. Комерційні операції з організації оптового продажу товарів, визначення шляхів їх ефективності.
5. Господарські зв'язки торговельних підприємств, їх оптимізація і використання в умовах ринкової економіки.
6. Вивчення та формування попиту споживачів на товари у роздрібному торговельному підприємстві.
7. Оптові ярмарки, виставки-перегляди, порядок їх роботи і ефективність.
8. Франчайзинг - засіб комерційної діяльності на ринку послуг.

9. Торгівля, як сфера комерційної діяльності.
10. Суб'єкти та об'єкти комерційної діяльності.
11. Біржова торгівля, як форма організації оптового ринку.
12. Основи організації товаропросування у комерційній діяльності торговельного підприємства.
13. Комерційна діяльність у роздрібній торгівлі і шляхи її удосконалення.
14. Лізинг, як форма оптового продажу товарів та напрямки його розвитку.
15. Формування асортименту товарів у оптовій торгівлі та шляхи його удосконалення.
16. Комерційна діяльність на оптовому ринку та правила її регулювання.
17. Управління особливих форм продажу товарів та напрями їх розвитку.
18. Комерційний ризик і шляхи його зниження.
19. Система послуг у роздрібній торгівлі.
20. Формування асортименту товарів у роздрібній торгівлі на прикладі конкретної товарної групи.
21. Види і форми послуг на оптовому ринку.
22. Імідж підприємства як форма ефективної комерційної діяльності.
23. Структура та концепція управління комерційною діяльністю на оптовому підприємстві.
24. Структура та концепція управління комерційною діяльністю на роздрібному підприємстві.
25. Комерційні аспекти цінової політики торговельного підприємства.
26. Комерційна діяльність з активізації продажу товарів.
27. Реклама в системі маркетингових комунікацій у комерційній діяльності торговельного підприємства.
28. Управління та управління торгово-технологічними процесами у магазині.
29. Товар - як об'єкт комерційної діяльності.
30. Управління, технологія та управління складськими операціями у торговельному підприємстві.

11. Система оцінювання та вимоги

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних, лабораторних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи.

Максимальна сума балів поточного контролю – 70.

Система оцінювання активності роботи:

- а) відповідь з питань семінарів – 0-3 бали.
- б) бліц-опитування – 0-2 бали.
- в) вирішення задач – 0-4 балів.

Підсумковий контроль.

Підсумковий контроль з дисципліни «Управління оптовою і роздрібною торгівлею» здійснюється у формі усного іспиту.

Екзаменаційний білет складається із 3 питань, кожне з яких оцінюється за шкалою від 0 до 10 балів.

Виконання та захист курсової роботи. В курсовій роботі повинні знайти відображення теоретичні і практичні знання студентів з питань сучасної організації комерційної діяльності підприємств, її форм і методів, механізмів функціонування, методів управління і регулювання налагодження ефективного обміну в торговельній сфері. Студент повинен використовувати складний арсенал комерційних методів і засобів: налагодження господарських зв'язків, здійснення закупівельної діяльності, стимулювання збуту в оптовій і роздрібній торгівлі, організації товаропостачання та комерційних операцій, що забезпечує міжнародний товарообіг.

Студенти самостійно підбирають тему, літературні джерела, іншу інформацію, опрацьовують її, послідовно та логічно розкривають проблеми, тему роботи, обґрунтовують висновки і пропозиції.

Тема курсової роботи вибрана студентом і погоджена з керівником курсової роботи від кафедри закріплюється за студентом.

Виконання курсової роботи у встановлений термін (графік деканату) подається на кафедру реєструється у журналі обліку курсових робіт і передається на рецензування керівнику - викладачеві.

Захист курсової роботи відбувається перед комісією, яка складається з двох провідних викладачів кафедри. Студент коротко докладає основні положення і результати роботи, висновки, дає пояснення по суті зауважень рецензента, відповідає на запитання членів комісії.

Курсова робота з дисципліни «Управління оптовою і роздрібною торгівлею» може бути оціненою в 0 – 100 балів.

**Розподіл балів, присвоюваних здобувачам при вивченні дисципліни
«Управління оптовою і роздрібною торгівлею»**

Поточне тестування та самостійна робота																						П і д с у м к о в и й	С у м а		
Змістовий модуль № 1				Змістовий модуль № 2				Змістовий модуль № 3				Змістовий модуль № 4				Змістовий модуль № 5									
T 1	T 2	T 3	M K 1	T 4	T 5	T 6	T 7	M K 2	T 8	T 9	M K 3	T 1 0	T 1 1	T 1 2	T 1 3	T 1 4	M K 4	T 1 5	T 1 6	T 1 7	T 1 8	M K 5	т е с т (е к з а м е н)	3 0	1 0 0
2	2	2	7	2	2	2	2	7	2	2	6	2	2	2	2	2	7	2	2	2	2	7			

Розподіл балів за виконання курсового проекту (роботи)

Виконання курсової роботи (проекту)	Захист курсової роботи (проекту)	Сума
70	30	100

ПОЛІТИКИ КУРСУ

Політика оцінювання	В основу рейтингового оцінювання знань закладена 100-бальна шкала оцінювання (максимально можлива сума балів, яку може набрати здобувач за всіма видами контролю знань з дисципліни з урахуванням поточної успішності, самостійної роботи, науково-дослідної роботи, модульного контролю, підсумкового контролю тощо). Встановлюється, що при вивченні дисципліни до моменту підсумкового контролю (іспиту) здобувач може набрати максимально 70 балів. На підсумковому контролі (іспит) здобувач може набрати максимально 30 балів, що в сумі і дає 100 балів.
----------------------------	---

Політика щодо академічної доброчесності	Під час підготовки письмових робіт, проведення контрольних заходів здобувачі повинні дотримуватися правил академічної доброчесності, які визначено Кодексом доброчесності Уманського НУС. Очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі здобувача є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату
Політика щодо відвідування	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (за погодженням із деканом факультету)

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
		для екзамену
90 – 100	A	відмінно
82-89	B	добре
74-81	C	
64-73	D	задовільно
60-63	E	
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни