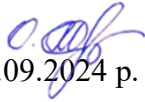


Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького
Факультет інформатики, математики та економіки
Кафедра економіки, готельно-ресторанного та туристичного бізнесу

Робоча програма ОК Соціологія економіки та маркетингу

Затверджено на засіданні кафедри економіки,
готельно-ресторанного та туристичного бізнесу

Завідувач кафедри  ID 11012
протокол № 2 від 02.09.2024 р.

Назва освітнього компонента <i>Обов'язковий/вибірковий</i>	Соціологія економіки та маркетингу <i>Обов'язковий</i>
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Назва спеціальності	054 Соціологія
Назва освітньої програми	ОП Соціологія
Рік викладання	2024-2025
Семестр	8 семестр
Викладач	Марченко О.А., професор, доктор економічних наук
Посилання на профайл викладача	
Контактна інформація та комунікація (зворотний зв'язок) з викладачем	Через платформу ОК Соціологія економіки та маркетингу системи ЦОДТ МДПУ ім. Богдана Хмельницького
Сторінка освітнього компоненту на сайті ЦОДТ	<i>Онлайн-консультації:</i> через систему ЦОДТ МДПУ ім. Богдана Хмельницького. Онлайн-консультації: червоний тиждень щосереди з 12 ⁰⁰ до 13 ⁰⁰ зелений тиждень щоп'ятниці з 12 ⁰⁰ до 13 ⁰⁰

АНОТАЦІЯ

Освітній компонент «Соціологія економіки та маркетингу» викладається у 8 навчальному семестрі і складає 4 кредити ECTS. Структурно ОК передбачає, з одного боку, вивчення наукових засад, понятійно-категоріального апарату, генезису, структури і функцій соціології економіки, соціально-економічних закономірностей розвитку економічного життя та світового господарства, а також характеру формування соціально-економічних відносин, економічної культури, економічної поведінки та економічної діяльності в сучасному

суспільстві, з іншого – вивчення соціологічних теорій соціології маркетингу, маркетингу як сфери міждисциплінарного аналізу, основних методів маркетингових досліджень, знайомить здобувачів з формами і методами маркетингу в різних сферах діяльності, а також механізмами ринкової регуляції різних сфер суспільного життя. Отримані теоретичні знання та практичні навички сприятимуть підвищенню фахового рівня та професійної компетентності майбутніх соціологів у вивченні різних аспектів економічного життя в період трансформацій.

МЕТА ТА ЗАВДАННЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Мета освітнього компонента: формування у здобувачів системних знань з соціології економіки та маркетингу, розуміння соціально-економічних процесів в суспільстві, опанування загальних вмінь і навичок прийняття ефективних маркетингових економіко-управлінських рішень, набуття відповідних навичок використання отриманих знань при проведенні соціологічних досліджень з різних аспектів економічного життя суспільства, вмінь здійснювати соціологічну інтерпретацію маркетингу та усвідомлень практичних можливостей і вирішення задач для використання у подальшій професійній діяльності.

Завдання:

- надання здобувачам знань щодо основних законів, понять та категорій, ключових теорій, концепцій та напрямів перспективних досліджень економічного життя сучасного суспільства, щодо місця соціології економіки в системі сучасної соціологічної науки;
- набуття здобувачами необхідних умінь і навичок застосування соціологічного підходу до аналізу різних аспектів економічного життя індивідів і соціальних груп, вивчення їх економічної культури, моделей поведінки та діяльності як суб'єктів соціально-економічних перетворень у сучасному суспільстві;
- вивчення особливостей соціологічного підходу до маркетингу як системи практик спільної діяльності та соціального процесу конструювання економічних обмінів, розуміння його теоретичних основ та методології, змісту його сучасних концепцій;
- застосування всіх складових маркетингової стратегії в трансформаційних умовах сучасного соціуму.

ПЕРЕЛІК КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ, ЯКІ НАБУВАЮТЬСЯ ЗДОБУВАЧАМИ

Загальні компетентності (ЗК)

ЗК04. Здатність бути критичним і самокритичним.

ЗК05. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК07. Навички міжособистісної взаємодії.

ЗК08. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК11. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

Спеціальні компетентності (СК)

СК04. Здатність збирати, аналізувати та узагальнювати соціальну інформацію з використанням соціологічних методів.

СК09. Здатність аналізувати суспільні рухи, організації, використовуючи теоретичний потенціал парадигм колективної поведінки, мобілізації ресурсів, ідентичності.

СК10. Здатність вільно орієнтуватися у базових та альтернативних типах вибіркового соціологічних досліджень.

ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

РН01. Використовувати понятійний апарат соціології в освітній, дослідницькій та інших сферах професійної діяльності.

РН04. Пояснювати закономірності та особливості розвитку і функціонування соціально-культурних, економічних, політичних явищ у контексті професійних задач.

РН14. Аналізувати статистичні дані, суспільні рухи, організації, використовуючи теоретичний потенціал парадигм колективної поведінки, мобілізації ресурсів, ідентичності.

SOFT-SKILLS, ЯКІ ФОРМУЮТЬСЯ В ОСВІТНЬОМУ КОМПОНЕНТІ

- Адаптивність та резилієнтність
- Крос-культурна комунікація
- Системне та критичне мислення
- Прийняття рішень
- Робота в команді

КОМПЕТЕНТНОСТІ, НАПРАВЛЕНІ НА ДОСЯГНЕННЯ ГЛОБАЛЬНИХ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ, ЯКІ ФОРМУЮТЬСЯ В ОСВІТНЬОМУ КОМПОНЕНТІ

- забезпечення всеохоплюючої і справедливої якісної освіти та заохочення можливості навчання впродовж усього життя для всіх;
- сприяння поступальному, всеохоплюючому та сталому економічному зростанню, повній і продуктивній зайнятості та гідній праці для всіх;
- створення стійкої інфраструктури, сприяння всеохоплюючій і сталій індустріалізації та інноваціям;
- сприяння побудові миролюбного і відкритого суспільства в інтересах сталого розвитку, забезпечення доступу до правосуддя для всіх і створення ефективних, підзвітних та заснованих на широкій участі інституцій на всіх рівнях;
- зміцнення засобів здійснення й активізація роботи в рамках глобального партнерства в інтересах сталого розвитку.

ОБСЯГ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Вид заняття	Лекція	Практичне заняття	Самостійна робота	Всього (годин, кредитів)
Кількість годин (денна форма)	16	28	76	120/4 кр.

Підсумковий контроль – залік

ПОЛІТИКА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ

Під час занять відбувається активне включення здобувачів в обговорення, виконання практико-орієнтованих завдань, створюється творчий простір для формування практичних умінь і навичок розуміння соціально-економічних процесів в суспільстві, дотримується студентоцентризований підхід до здобувачів. При оцінюванні враховується пізнавальна активність, креативність здобувачів, глибина засвоєного матеріалу.

При опануванні освітнього компонента слід дотримуватись академічної доброчесності. У ЗВО визначено чітку та зрозумілу політику, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності, яких послідовно дотримуються всі учасники освітнього процесу під час реалізації освітнього компонента. ЗВО популяризує академічну доброчесність (насамперед через імплементацію цієї політики у внутрішню культуру якості) та використовує відповідні технологічні рішення як інструменти протидії порушенням академічної доброчесності (безкоштовні програми перевірки на плагіат, програма «StrikePlagiarism»).

Здобувачі мають право на визнання результатів навчання, отриманих в неформальній та інформальній освіті. Визнання результатів навчання, отриманих у неформальній/інформальній освіті регулюється Положенням про порядок визнання результатів навчання, отриманих у процесі неформальної освіти в МДПУ (<https://surli.cc/mjvuka>).

Освітній процес під час військового стану здійснюється у синхронно-асинхронному форматі з обов'язковим дотриманням безпекового режиму під час повітряних тривог.

СТРУКТУРА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Перелік тем	Кількість годин денна форма				Рекомендована література
	л	пр	ср	всього	
Модуль 1. Соціологія економіки					
Історичні етапи розвитку теоретичних засад соціології економіки	2	2	6	10	Основна: 1-3 Додаткова: 1,3,4,5,6 Інформаційні ресурси: 1-7
Соціологічні парадигми аналізу економічного життя	-	2	6	8	Основна: 1-3 Додаткова: 1,3,4,5,6 Інформаційні ресурси: 1-7
Моделі економічної поведінки в системі ринкового обміну	2	2	6	10	Основна: 1-3 Додаткова: 1,3,4,5,6 Інформаційні ресурси: 1-7
Економічна культура як регулятор економічної поведінки	-	2	6	8	Основна: 1-3 Додаткова: 1,3,4,5,6 Інформаційні ресурси: 1-7
Господарчі інститути, організації та групи в системі економічного життя	2	2	6	10	Основна: 1-3 Додаткова: 1,3,4,5,6 Інформаційні ресурси: 1-7
Ринок праці в структурі ринкової економіки	-	2	6	8	Основна: 1-3 Додаткова: 1,3,4,5,6 Інформаційні ресурси: 1-7
Сучасні моделі функціонування та розвитку світгосподарства	2	2	6	10	Основна: 1-3 Додаткова: 1,3,4,5,6

					Інформаційні ресурси: 1-7
Модуль 2. Соціологія маркетингу					
Поняття і сутність маркетингу. Маркетинг як соціальний інститут	-	2	6	8	Основна: 2 Додаткова: 2,7,8 Інформаційні ресурси: 1-7
Основні категорії та теоретичні принципи соціології маркетингу	2	2	6	10	Основна: 2 Додаткова: 2,7,8 Інформаційні ресурси: 1-7
Маркетинг як процес конструювання соціальної реальності	-	2	4	6	Основна: 2 Додаткова: 2,7,8 Інформаційні ресурси: 1-7
Концептуальні моделі маркетингу в новітніх соціальних умовах: тенденції та перспективи	-	2	4	6	Основна: 2 Додаткова: 2,7,8 Інформаційні ресурси: 1-7
Соціальний вимір маркетингового середовища	2	2	4	8	Основна: 2 Додаткова: 2,7,8 Інформаційні ресурси: 1-7
Маркетингові комунікації в умовах сучасного соціуму	2	2	4	8	Основна: 2 Додаткова: 2,7,8 Інформаційні ресурси: 1-7
Маркетинг територій як інструмент розвитку локального середовища	2	2	6	10	Основна: 2 Додаткова: 2,7,8 Інформаційні ресурси: 1-7
Разом	16	28	76	120	

ПРОГРАМА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Модуль 1. Соціологія економіки

Тема 1. Історичні етапи розвитку теоретичних засад соціології економіки

Підходи до періодизації розвитку соціології економіки. Донауковий етап: зародження соціології економіки. Науковий етап розвитку соціології економіки: початковий період. Класичний період наукового етапу. Сучасний період розвитку соціології економіки. Становлення і розвиток соціології економіки в Україні.

Тема 2. Соціологічні парадигми аналізу економічного життя

Поняття парадигми в соціології: відмінності в підходах. Парадигма конфлікту. Парадигма обміну. Загальна характеристика символічного інтеракціонізму. Поняття феноменологічної соціології. Етнометодологія як парадигма соціології другої половини XX ст.

Тема 3. Моделі економічної поведінки в системі ринкового обміну

Економічна поведінка та форми її прояву. Якісні параметри і фактори спеціалізації економічної поведінки. Особливості економічної поведінки в залежності від використовуваних ресурсів. Класифікація видів економічної поведінки.

Тема 4. Економічна культура як регулятор економічної поведінки

Сутність та особливості економічної культури. Функції економічної культури. Механізм функціонування економічної культури. Регулятивна роль економічної культури.

Тема 5. Господарчі інститути, організації та групи в системі економічного життя

Соціальні інститути і соціальні організації як елементи соціальної структури. Основні етапи розвитку теорії організацій. Виникнення наукового підходу до вивчення організацій. Школа наукового управління. Теорія людських відносин. Системний підхід. Структурно-функціональний підхід. Ситуаційний підхід. Організація як соціальний феномен. Організація як цільова група. Організація як екосистема. Організація як сукупність правил. Типологія організаційних структур. Лінійна структура. Функціональна структура. Лінійно-функціональна структура. Дивізійна структура. Проектна структура. Матрична структура. Змішана (конгломератна) структура. Групи в організаціях. Природа соціальних груп в організаціях. Формальні і неформальні групи. Формування і розвиток соціальних груп в організації. Характеристики соціальних груп. Діяльність команд в організації.

Тема 6. Ринок праці в структурі ринкової економіки

Інституційна організація ринків праці. Контрактні форми економічного обміну на ринку праці. Контрактні форми соціального партнерства в умовах сучасного громадянського суспільства. Кон'юнктурні моделі економічної поведінки на ринку праці.

Тема 7. Сучасні моделі функціонування та розвитку світгосподарства

Світ господарства: моделі однолінійного і поступального розвитку. Соціологія господарського розвитку. Марксистська теорія формацій. Теорії постіндустріального суспільства. Концепція «дезорганізованого капіталізму». Теорії модернізації і конвергенції. Концепція глобалізації. Світ господарства: моделі паралельного і циклічного розвитку. Позасистемні форми господарства. Дволінійний розвиток. Цивілізаційні підходи. Модель матричного розвитку. Множинність форм капіталізму.

Модуль 2. Соціологія маркетингу

Тема 8. Поняття і сутність маркетингу. Маркетинг як соціальний інститут

Розуміння маркетингу. Основні поняття маркетингу. Принципи, завдання та функції маркетингу. Система засобів маркетингу. Маркетинг як соціальний інститут.

Тема 9. Основні категорії та теоретичні принципи соціології маркетингу

Соціологія і маркетинг. Маркетинг як обмін. Основні поняття, запозичені з соціології. Окремі особи, групи та ширше суспільство. Відносини, влада і конфлікти. Навчання та зміни

Тема 10. Маркетинг як процес конструювання соціальної реальності

Консюмеризм як соціальне явище. Маркетинг як практики соціального конструювання. Дворівнева структура маркетингових практик. Зміст маркетингу як соціальних практик. Інструменти маркетингових практик.

Тема 11. Концептуальні моделі маркетингу в новітніх соціальних умовах: тенденції та перспективи

Еволюція та напрями зміни парадигм у маркетингу. Новітні моделі маркетингу

Тема 12. Соціальний вимір маркетингового середовища

Поняття маркетингового середовища та його характеристика. Елементи маркетингового середовища. Стейкхолдери, їх класифікація та

інтереси. Основні чинники мікросередовища функціонування фірми. Споживачі та клієнти. Постачальники. Маркетингові посередники. Конкуренти. Контактні аудиторії. Внутрішні чинники (цілі, завдання, технологія, організаційна структура, персонал). Основні чинники макросередовища функціонування фірми. Демографічні чинники. Економічні чинники. Природно-кліматичні і географічні чинники. Науково-технічні чинники. Політичні чинники. Чинники соціально-культурного оточення. Загальне поняття соціального середовища у маркетингу. Комунікативні зв'язки організації з ринком.

Тема 13. Маркетингові комунікації в умовах сучасного соціуму

Сутність маркетингової політики комунікацій. Алгоритм формування комплексу маркетингових комунікацій. Комплекс маркетингових комунікацій. Реклама. Пропаганда. Стимулювання збуту. Персональний продаж. Прямий маркетинг

Тема 14. Маркетинг територій як інструмент розвитку локального середовища

Сутність та інструменти маркетингу територій. Стратегічні аспекти маркетингу територій. Різновиди маркетингу територій в залежності від рівня аналізу. Країна і держава як об'єкти маркетингу. Місто як особливий предмет маркетингової діяльності. Маркетинг локальних місць.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

№ п/п	Зміст	Кількість балів
1	Підготовка презентацій і їх захист	10 балів
2	Виконання індивідуальних проєктів	10 балів
3	Виконання тестових завдань	10 балів

МЕТОДИ НАВЧАННЯ ТА ФОРМИ КОНТРОЛЮ

Програмні результати навчання	Методи навчання	Форми і засоби оцінювання
РН04. Пояснювати закономірності та особливості розвитку і функціонування соціально-культурних, економічних, політичних явищ у контексті професійних задач.	Проблемний виклад, пояснення, опрацювання наукових досліджень, спостереження і аналіз випадків, аналітичний метод, синтетичний метод, пояснювально-ілюстративний метод, навчальні дискусії, створення ситуацій пізнавальної новизни.	Поточний контроль: доповіді на семінарських заняттях, виконання практичних вправ, підготовка презентацій і їх захист, виконання індивідуальних проєктів, виконання тестових завдань Підсумковий контроль: залік.
РН05. Вільно спілкуватися державною та іноземною / іноземними мовами усно і письмово з професійних питань.	Пояснення, опрацювання наукових досліджень, спостереження і аналіз випадків, аналітичний метод, синтетичний метод, пояснювально-ілюстративний метод, навчальні дискусії, створення ситуацій пізнавальної новизни.	Поточний контроль: доповіді на семінарських заняттях, виконання практичних вправ, підготовка презентацій і їх захист, виконання індивідуальних проєктів, виконання тестових завдань Підсумковий контроль: залік.
РН09. Вміти розробляти програму соціологічного дослідження.	Пояснення, пошуковий, аналітичний, метод проєктів, виконання завдань.	Поточний контроль: доповіді на семінарських заняттях, виконання

		практичних вправ, підготовка презентацій і їх захист, виконання індивідуальних проєктів, виконання тестових завдань Підсумковий контроль: залік.
РН11. Використовувати базові та альтернативні типи вибіркового соціологічних досліджень.	Пояснення, пошуковий, аналітичний, метод проєктів, виконання завдань.	Поточний контроль: доповіді на семінарських заняттях, виконання практичних вправ, підготовка презентацій і їх захист, виконання індивідуальних проєктів, виконання тестових завдань Підсумковий контроль: залік.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВІДПОВІДНО ДО ФОРМ І ВИДІВ КОНТРОЛЮ

Оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти здійснюється відповідно до Положення про бально-накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачами вищої освіти у Мелітопольському державному педагогічному університеті імені Богдана Хмельницького https://mdpu.org.ua/wp-content/uploads/2024/07/28_balno-nakop-systema-otsinyuvannya_28.06.2024.pdf.

Бально-накопичувальна система оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти з кожного освітнього компонента містить поточний, підсумковий контроль знань та оцінювання самостійної роботи. Робота здобувачів на навчальних заняттях оцінюється за видами навчальної діяльності. Максимальна сумарна кількість балів при оцінюванні роботи здобувачів на навчальних заняттях складає 30 балів. Самостійна робота є видом навчальної діяльності здобувача, яка підлягає оцінюванню. Викладач визначає види самостійної роботи здобувачам. Максимальна сумарна кількість балів при оцінюванні самостійної роботи здобувачів складає 30 балів.

Підсумковий контроль знань – вид контролю, який проводиться наприкінці навчального семестру у формі екзамену, заліку/диференційного заліку.

Загальний бал (ЗБ) з освітнього компонента складається з суми балів, отриманих за навчальну, самостійну роботу та підсумковий контроль знань.

Якщо освітнім компонентом передбачено виконання курсової роботи (КР), загальний бал рахується за формулою: $ЗБ = (ЗБ\text{ ОК} + КР) / 2$, де ЗБ ОК = 100 балів; КР = 100 балів.

Якщо освітнім компонентом передбачено проходження навчальної практики (НП), загальний бал (ЗБ) рахується за формулою: $ЗБ = (ЗБ\text{ ОК} + НП) / 2$, де ЗБ ОК = 100 балів; НП = 100 балів.

Якщо освітнім компонентом передбачено виконання курсової роботи та проходження навчальної практики, загальний бал (ЗБ) рахується за формулою: $ЗБ = (ЗБ\text{ ОК} + КР + НП) / 3$, де ЗБ ОК = 100 балів; КР = 100 балів; НП = 100 балів.

ВИДИ НАВЧАЛ ЬНОЇ ДІЯЛЬН ОСТІ ЗДОБУВ	РОБОТА ЗДОБУВАЧІВ НА НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТТЯХ	М1	М2	РАЗОМ
--	---	----	----	-------

	Доповіді на семінарських заняттях	5	5	10
	Виконання практичних завдань	5	5	10
	Виконання тестових завдань	5	5	10
	Разом	15	15	30
	САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТА			
	Підготовка презентацій і їх захист	5	5	10
	Виконання індивідуальних проєктів	5	5	10
	Виконання тестових завдань	5	5	10
	Разом	15	15	30
	ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛ (залік)	-	-	40
	Загальний бал ОК	-	-	100

Оцінювання видів навчальної діяльності

Вид навчальної діяльності	Максимальна кількість балів та вимоги до їх накопичення
Творчі завдання (реферат, есе, схеми, презентації)	5 балів: – 5 балів – завдання виконано згідно вимог, зміст відповідає темі, представлено широкий аналіз проблеми, – 4 бали – завдання виконано згідно вимог, зміст відповідає темі, представлено широкий аналіз проблеми, але є деякі недоліки у тексті, – 3 бали – завдання виконано згідно вимог, зміст відповідає темі, представлено достатній аналіз проблеми, але є деякі недоліки у тексті, – 1-2 бали – зміст не відповідає темі, є багато недоліків, невідповідність вимогам щодо оформлення, плагіат, 0 балів – відповідь відсутня
Практико-орієнтовані завдання	5 балів: – 5 балів – завдання виконано правильно і якісно, виявлено вміння студента застосовувати, творчо використовувати психологічні теоретичні знання на практиці, пов'язані з особливостями і засобами психологічної діяльності. Здобувач демонструє навички ефективної взаємодії, аргументує, переконує, приймає рішення, логічно формулює думку, відстоює власну позицію у процесі вирішення фахових завдань. – 4 бали – завдання виконані в основному правильно, але неповно. В ході виконання завдань допускалися помилки, використані не всі необхідні методи аналізу та узагальнення матеріалу. Здобувач демонструє навички взаємодії, аналізує, аргументує, логічно формулює, демонструє приклади, роблячи вибір, намагається, але не завжди вміє відстоювати власну позицію у процесі вирішення фахових завдань. – 3 бали – завдання виконані неповно та на низькому рівні. У ході виконання завдань допускалися помилки, використані не всі необхідні методи аналізу та узагальнення матеріалу. Здобувач демонструє навички взаємодії, обговорює, формулює, демонструє думку, роблячи вибір, не завжди вміє переконати, відстоювати власну, віддають

	перевагу позиції інших у процесі вирішення фахових завдань. 1-2 бали – завдання виконані неповно з помилками. Здобувач розглядає, розпізнає, описує в загальних рисах, але не визначає зв'язки між закономірностями, особливостями розвитку і функціонуванням психічних явищ в контексті професійних завдань. – 0 балів – відповідь відсутня.
--	---

Підсумковим контролем на освітньому компоненті Соціологія економіки та маркетингу є залік, на його складання надається 40 балів. Залік проводиться у формі комплексної контрольної роботи з усіх тем, які були відведені на вивчення ОК впродовж семестру.

Характеристика критеріїв оцінювання знань	Якісна шкала	За 40 бальною шкалою
Високий рівень Характеризується глибокими, міцними, узагальненими, системними знаннями – з предмета, уміннями застосувати знання, творча, навчальна діяльність має дослідницький характер, позначена уміннями самостійно оцінювати різноманітні життєві ситуації, явища, факти, виявляти і відстоювати особистісну позицію.	Відмінно	36-40
Високий рівень Характеризується глибокими і міцними знаннями – з предмета, уміннями застосувати знання, творча, навчальна діяльність має частково дослідницький характер, позначена уміннями самостійно оцінювати різноманітні життєві ситуації, явища, факти, виявляти і відстоювати особистісну позицію.	Добре	33-35
Достатній рівень Характеризується знаннями суттєвих ознак, понять, явищ, закономірностей, зв'язків між ними. Студент самостійно засвоює знання у стандартних ситуаціях, володіє розумовими операціями (аналізом, синтезом, узагальненням, порівнянням, абстрагуванням), уміє робити висновки, виправляти допущені помилки.	Добре	30-32
Середній рівень Знання неповні, поверхневі. Студент відновлює основний навчальний матеріал, але недостатньо осмислено, не вміє самостійно аналізувати, робити висновки. Здатний вирішувати завдання за зразком. Володіє елементарними вміннями навчальної діяльності.	Задовільно	27-29
Початковий рівень Відповідь студента при відтворенні навчального матеріалу елементарна, фрагментарна, обумовлюється початковим уявленням про предмет вивчення.	Задовільно	24-26

Незнання значної частини навчального матеріалу, суттєві помилки у відповідях на питання, невміння застосувати теоретичні положення при розв'язанні практичних задач.	Не зараховано (з можливістю повторного складання екзамену)	21-23
Незнання значної частини навчального матеріалу, суттєві помилки у відповідях на питання, невміння орієнтуватись при виконанні практичних задач, незнання основних фундаментальних положень	Не зараховано (з обов'язковим повторним вивченням освітнього компонента)	1-20

Оцінювання результатів навчання в Університеті здійснюється відповідно до 100-бальної шкали:

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		Для екзамену, курсового проєкту (роботи), практики, диференційований залік	Для заліку
90-100	A	Відмінно	Зараховано
82-89	B	Добре	
74-81	C		
64-73	D	Задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання	Незараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов’язковим повторним вивченням освітнього компонента	Незараховано з обов’язковим повторним вивченням освітнього компонента

Порядок визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті

(відповідно Положення про порядок визнання результатів навчання у процесі неформальної освіти в Мелітопольському державному педагогічному університеті імені Богдана Хмельницького <https://surli.cc/mjvuka>)

Визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті, регулюється Положенням про порядок визнання результатів

навчання у процесі неформальної освіти в Мелітопольському державному педагогічному університеті імені Богдана Хмельницького <https://surli.cc/mjvuka>, розміщеного на офіційному сайті Університету.

З даним Положенням здобувачів знайомлять куратор ЕCTS, гарант освітньої програми, НПП, які викладають на ОП.

Також інформація щодо перезарахування результатів навчання, отриманих у неформальній освіті розміщується на офіційній сторінці кафедри, включаючи зразок заяви для визнання результатів такого навчання і рекомендованих онлайн-ресурсів для неформальної освіти. Викладачами освітньої програми здійснюється моніторинг сертифікаційних програм, курсів на онлайн-платформах та в офлайн-режимі з метою надання здобувачам вищої освіти актуальної інформації про підвищення рівня професійної підготовки та можливого перезарахування результатів, отриманих у неформальній освіті. Такі рекомендації надаються здобувачам на сторінці освітнього компоненту на ЦОДТ, а також в месенджерах.

9. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Рахманов О.А. Соціологія економіки [Електронний ресурс]: навч. посіб. / О.А. Рахманов; М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана». Електрон. текстові дані. Київ: КНЕУ, 2019. 169 с.
2. Соціологія економіки та маркетингу: навчально-методичний комплекс для студентів спеціальності 054 «Соціологія» освітнього ступеня бакалавр освітньої програми «Соціальні технології» / Маргарита Широкова. К.: Факультет соціології Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2023. 82 с.
3. Яценко М. А. Соціологія економіки та підприємництва: навч.-метод. посіб. для здобувачів вищої освіти [Електронне видання] / М.А. Яценко, О.О. Каретна; Національний університет «Одеська юридична академія». Одеса: Фенікс, 2024. 81 с. Режим доступу: <https://dspace.onua.edu.ua/server/api/core/bitstreams/6ed36213-7aa1-418b-a6f1-9b16aaed15e3/content>

Допоміжна

1. Атаманюк Р.Ф., Атаманюк Е.А. Соціальна економіка: навчальний посібник. Львів: Новий Світ-2000, 2020. 203 с.
2. Ларіна Я. С. Маркетинг у підприємстві, біржовій діяльності та торгівлі в smart-суспільстві: управлінський, інноваційний та методичний виміри: колективна монографія / За наук. ред. І. В. Перевозової. Автору належить Підрозділ 3.4 у співавторстві з Акжановою Д.К. «Сутність, методи та особливості інтернет-маркетингу в діяльності компаній на ринку медичних послуг» - 1,5 друк. арк.). Львів: Видавець Кошовий Б.-П.О., 2023. 869 с.
3. Міщук. Г.Ю. Інноваційні засади управління людськими ресурсами: можливості, виклики, пріоритети досягнення соціально-економічної безпеки: колективна монографія / Г.Ю. Міщук, О.І. Дяконенко, О.І. Іляш та ін.; за наук. ред. д.е.н., проф. Г.Ю. Міщук. Рівне: НУВГП, 2020. 408 с.
4. Назарова Г.В., Гончарова С.Ю., Сотнікова Ю.В., Аграмакова Н.В. Соціальна економіка: навчальний посібник. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. 285 с.
5. Основи економічної соціології: навч.-метод. посібник / Н. В. Ко-валіско, А. І. Кудринська. Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2016. 442 с. Режим доступу: <https://clio.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/02/%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B8-%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%BE%D1%97-%D1%81%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%97.pdf>

6. Рахманов О.А. Соціологія підприємництва [Електронний ресурс]: навч. посіб. / О.А. Рахманов; [редкол.: С.О. Цимбалюк (голова), Л.В. Щетініна та ін.]; М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана». Електрон. текстові дані. Київ: КНЕУ, 2019. 154 с.
7. Соціально-етичний маркетинг: монографія / Є.В. Ромат, Г.В. Алданькова, К.В. Березовик та ін.; за заг. ред. А.А. Мазаракі, Є.В. Ромата. 2-ге вид., перероб. і допов. Київ: Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2017. – 372 с.
8. Управління сталим розвитком: підручник [В.П. Бех, Ю.В. Бех, М.В. Туленков, А.А. Кравченко, Л.М. Макаренко, О.Г. Рябека, Н.В. Крохмаль, В.В. Чепак, Я.О. Чепуренко]; за заг. ред. В.П. Бека, М.В. Туленкова. Київ: Каравела, 2018. 538 с.

10. ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ В ІНТЕРНЕТ

1. Портал Соціологічної асоціації України – <http://www.sau.in.ua>.
2. Інститут соціології НАНУ – <https://i-soc.com.ua/>.
3. Київський Міжнародний інститут соціології – <https://www.kiis.com.ua>.
4. Український центр економічних та політичних досліджень ім. О. Разумкова – <https://razumkov.org.ua>.
5. Центр соціальних та маркетингових досліджень «СОЦИС» – <https://socis.kiev.ua/ua/>.
7. Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського – <http://www.nbuv.gov.ua>.