



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний авіаційний університет
Факультет економіки та бізнес-адміністрування
Кафедра маркетингу



УЗГОДЖЕНО
 Декан ФЕБА


 С.Ф. Смерічевський
 «25» 06 2021 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ
 Проректор з навчальної роботи


 А. Полухін
 «25» 06 2021 р.



Система менеджменту якості

РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«Організаційна поведінка»

Освітньо-професійна програма: «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма: «Електронний маркетинг»

Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»


Спеціальність: 075 «Маркетинг»

| Форма навчання | Сем. | Усього (год. / кредитів ECTS) | ЛКЦ | ПР.З | Л.З | СРС | ДЗ / РГР / К.р | КР / КП | Форма сем. контролю |
|----------------|------|-------------------------------|-----|------|-----|-----|----------------|---------|---------------------|
| Денна | 1 | 135 / 4,5 | 34 | 34 | – | 67 | 1ДЗ - 1с | - | диф. залік – 1с |
| Заочна | 1,2 | 135 / 4,5 | 8 | 8 | – | 119 | 1 К.р – 2с | - | диф. залік – 2с |

Індекс: РБ-6-075-1/21 – 2.1.6, РБ-6-075-2/21 – 2.1.6

Індекс: РБ-6-075-1з/21 – 2.1.6, РБ-6-075-2з/21 – 2.1.6

СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2021

| | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|--------------------------------|
|  | Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Організаційна поведінка» | Шифр документа | СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2021 |
| | | Стор. 2 із 12 | |

Робочу програму навчальної дисципліни «Організаційна поведінка» розроблено на основі освітньо-професійної програми «Маркетинг», «Електронний маркетинг», навчальних та робочих навчальних планів № НБ-6-075-1/21, № РБ-6-075-1/21, № НБ-6-075-2/21, № РБ-6-075-2/21 та № РБ-6-075-1з/21, № РБ-6-075-2з/21 підготовки здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Бакалавр» за спеціальністю 075 «Маркетинг» та відповідних нормативних документів.

Робочу програму розробив:
 старш.викладач кафедри маркетингу _____  Хайдарова Т.М.

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри освітньо-професійної програм «Маркетинг» та «Електронний маркетинг», спеціальності 075 «Маркетинг» – кафедри маркетингу, протокол № 9 від «13» 05 2021 р.

Гарант освітньо-професійної програми _____  Ярмолук О.Я.

Гарант освітньо-професійної програми _____  Сібрук В.Л.

Т.в.о. завідувача кафедри _____  Радченко Г.А.


Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради факультету економіки та бізнес-адміністрування, протокол № 6 від «19» 05 2021 р.

Голова НМРР _____  Тофанчук А.Т.

Рівень документа – 3б


Плановий термін між ревізіями – 1 рік

Контрольний примірник №__

| | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|--------------------------------|
|  | Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Організаційна поведінка» | Шифр документа | СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2021 |
| | | Стор. 3 із 13 | |

ЗМІСТ

| | сторінка |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Вступ | 4 |
| 1. Пояснювальна записка | 4 |
| 1.1. Місце, мета, завдання навчальної дисципліни | 4 |
| 1.2. Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна | 4 |
| 1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна | 5 |
| 1.4. Міждисциплінарні зв'язки | 6 |
| 2. Програма навчальної дисципліни | 6 |
| 2.1. Зміст навчальної дисципліни | 6 |
| 2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля..... | 6 |
| 2.3. Тематичний план | 8 |
| 2.4. Домашнє завдання, завдання на контрольну (домашню) роботу (ЗФН)..... | 9 |
| 2.5. Перелік питань для підготовки до підсумкової контрольної роботи..... | 10 |
| 3. Навчально-методичні матеріали з дисципліни | 10 |
| 3.1. Методи навчання | 10 |
| 3.2. Рекомендована література (базова і допоміжна) | 10 |
| 3.3. Інформаційні ресурси в Інтернет | 10 |
| 4. Рейтингова система оцінювання набутих студентом знань та вмінь.. | 11 |

| | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|--------------------------------|
|  | Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Організаційна поведінка» | Шифр документа | СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2021 |
| | | Стор. 4 із 13 | |

ВСТУП

Робоча програма (РП) навчальної дисципліни «Організаційна поведінка» розроблена на основі «Методичних рекомендацій до розроблення і оформлення робочої програми навчальної дисципліни денної та заочної форм навчання», затверджених наказом ректора від 29.04.2021 № 249/од, та відповідних нормативних документів.

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1.1. Місце, мета, завдання навчальної дисципліни

Місце: дана навчальна дисципліна є теоретичною та практичною основою сукупності знань та вмінь, що формують профіль фахівця у розумінні особливостей специфічних прийомів та інструментів управління поведінкою індивіда в організації.


Метою викладання дисципліни «Організаційна поведінка» є формування навичок раціональної організації роботи індивіда в організації; набуття умінь аналізу групової та міжгрупової динаміки в організації, формування ефективної командної роботи в організації; набуття умінь розробки напрямків розвитку організаційної культури та опанування інструментів управління організаційним розвитком.

Завданнями вивчення навчальної дисципліни є:

- знати сутність основних понять і категорій організаційної поведінки;
- знати мотиваційний механізм управлінської діяльності в організації;
- вивчити механізм формування функціональної поведінки працівників організації; обирати ефективний стиль лідерства;
- вивчити методики використання базових інструментів управління поведінкою;
- знати характеристики впливу різних факторів на поведінку людей в організації;
- координувати взаємодію між органами управління, підрозділами організації (виконавцями);
- знати систему оцінки персоналу організації;
- здійснювати моніторинг ефективності та результативності діяльності організації, груп, індивідів;
- планувати особистий розвиток та кар'єру працівників в організації;
- знати основні прийоми вирішення конфліктів в організації;
- аналізувати досягнення поставлених перед організацією, групами, індивідами економічних та позаекономічних цілей;
- придбати практичні навички користування базовими інструментами управління поведінкою людей на індивідуальному, груповому та організаційному рівнях.

1.2. Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна

ПРН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

| | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|--------------------------------|
|  | Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Організаційна поведінка» | Шифр документа | СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2021 |
| | | Стор. 5 із 13 | |

ПРН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

ПРН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

ПРН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

ПРН15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

ПРН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.


ПРН22. Уміти виявляти розуміння сутності концепції сучасних соціально-ринкових комунікацій, проводити аналіз зв'язків зі споживачами, аналізувати особливості поведінки споживачів і інших ринкових суб'єктів.

ПРН21. Усвідомлювати особливості сучасної світової та національної економіки, інституційної структури, напрямів соціальної, внутрішньої та зовнішньоекономічної політики держави, знати та розуміти економічні категорії, закони, причинно-наслідкові та функціональні зв'язки між процесами та явищами на різних рівнях економічних систем, враховувати наслідки реалізації макроекономічної політики, використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких структур, розуміти організаційно-економічний механізм управління підприємством та оцінювати ефективність прийняття маркетингових рішень.

ПРН22 (ОПП «Маркетинг»). Уміти виявляти розуміння сутності концепції сучасних соціально-ринкових комунікацій, проводити аналіз зв'язків зі споживачами, аналізувати особливості поведінки споживачів і інших ринкових суб'єктів.

ПРН22 (ОПП «Електронний маркетинг»). Уміти виявляти розуміння сутності концепції сучасних соціально-ринкових комунікацій, проводити аналіз комерційних зв'язків зі споживачами, аналізувати особливості поведінки ринкових суб'єктів на традиційному та електронному ринку.

ПРН25 (ОПП «Електронний маркетинг»). Розвивати електронну модель бізнесу як джерело підвищення конкурентоспроможності та формувати відносини підприємства із внутрішніми і зовнішніми стейкхолдерами на засадах електронних технологій, використовувати знання з маркетингу та інформаційних технологій з побудови та впровадження інформаційного забезпечення маркетингової діяльності підприємств, вміти планувати, впроваджувати та проводити маркетингову діяльність підприємства в соціальних мережах та практичного застосування маркетингового інструментарію для підприємств різних галузей, в тому числі авіаційних.

| | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|--------------------------------|
|  | Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Організаційна поведінка» | Шифр документа | СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2021 |
| | | Стор. 6 із 13 | |

1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна

ІК. Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

ФК18. Здатність обирати та використовувати інноваційні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування управлінських структур, розуміти особливості сучасної світової і національної економіки обґрунтовувати напрями соціальної, внутрішньої та зовнішньоекономічної політики держави та набути цілісного світогляду в розумінні глобальних процесів, що розкривають закономірності подальших трансформаційних зрушень та дають змогу приймати своєчасні, ефективні маркетингові рішення.

1.4. Міждисциплінарні зв'язки

Дана дисципліна є базою для вивчення подальших дисциплін, а саме: Маркетинг, Основи маркетингу на транспорті, Економіка господарської діяльності суб'єктів ринкових відносин, Основи електронного маркетингу, Інфраструктура товарного ринку, Маркетингові дослідження, Маркетингове ціноутворення, Поведінка споживача, Товарознавство, Інтернет-маркетинг, Аутсорсинг на електронному ринку, Маркетингові дослідження в Інтернеті, Основи управління якістю товарів, Маркетингові інформаційні системи

2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

2.1. Зміст навчальної дисципліни

Навчальний матеріал дисципліни структурований за модульним принципом і складається з одного **навчального модуля № 1 «Організаційна поведінка»**, який є логічною завершеною, відносно самостійною, цілісною частиною навчальної дисципліни, засвоєння якої передбачає проведення модульної контрольної роботи та аналіз результатів її виконання.


2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля

Модуль № 1 «Організаційна поведінка»

Інтегровані вимоги модуля №1:

знати:

- складові, предмет і об'єкт організаційної поведінки;
- характерні риси особистості, пов'язані з її поведінкою в організації;

| | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|--------------------------------|
|  | Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Організаційна поведінка» | Шифр документа | СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2021 |
| | | Стор. 7 із 13 | |

- соціальні ролі в організації;
- змістовні та процесійні теорії мотивації поведінки індивіда;
- тапи процесу створення та організації роботи команди.

ВМІТИ:

- використовувати трансакційний аналіз в управлінні індивідами;
- проводити діагностику культури організації;
- розробляти ефективну систему мотивації персоналу;
- аналізувати та розв'язувати конфліктні ситуації в організації;
- розробляти ефективні моделі організаційного розвитку.

Тема 1. Концепція організаційної поведінки

Складові, предмет і об'єкт організаційної поведінки.

Теорії організаційної поведінки. Прагматичні, інституційні і культурологічні теорії організаційної поведінки. Основні теоретичні підходи, на яких базується організаційна поведінка. Сили, що визначають організаційну поведінку. Моделі організаційної поведінки. Базові моделі організаційної поведінки: авторитарна, патерналістська (опіки), підтримуюча і колегіальна. Тенденції розвитку організаційної поведінки.

Тема 2. Людина в системі організаційної поведінки

Структура індивідуального рівня поведінки. Поняття і структура особистості. Характерні риси особистості, пов'язані з її поведінкою в організації. Теорії особистості та закони поведінки індивіда. Теорія інтересів і закон оптимальної поведінки. Критерії раціональної поведінки. Психологічна угода і типи адаптації працівників до організаційного оточення.

Тема 3. Управління поведінкою індивіда


Соціальні ролі в організації. Детермінанти виконання соціальних ролей. Особистісний потенціал працівника та його вплив на поведінку в організації. «Я»-концепція та її вплив на поведінку людини в організації. Захисна поведінка. Модель Майєрс-Бриггс. Комбінування типів особистості і особливості поведінкових реакцій. Методи визначення типу особистості та моделювання програм індивідуальної поведінки. Психологічна концепція особистості. Використання трансакційного аналізу в управлінні індивідами. Маніпулятивна поведінка та заходи з її обмеження. Психологічні методи впливу на працівників.

Тема 4. Мотивація та винагорода

Модель мотивації. Настанови щодо мотивації працівників в організації. Змістовні теорії мотивації поведінки індивіда. Процесійні теорії мотивації поведінки індивіда. Створення ефективної системи мотивації персоналу. Особливості формування закордонних систем мотивації праці.

Тема 5. Формування групової поведінки

Сутність, види та характеристика груп. Причини виникнення груп. Вплив групи на поведінку індивідів. Стадії розвитку групи. Підвищення ефективності діяльності колективів працівників. Специфіка роботи у командах.

| | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|--------------------------------|
|  | Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Організаційна поведінка» | Шифр документа | СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2021 |
| | | Стор. 8 із 13 | |

Тема 6. Управління командою і моделі ефективної командної роботи

Специфіка роботи у командах. Етапи процесу створення та організації роботи команди. Класифікація команд. Основні фактори успіху ефективної командної роботи.

Тема 7. Керівництво і лідерство

Визначення лідерства. Лідерство і управління. Форми влади. Стратегії розширення меж влади. Підходи до вивчення лідерства. Якості та риси характеру ефективних лідерів. Стили управління. Типологія керівників. Типологія керівників Іцхака Адізеса. Типологія керівників за їх логікою дій.

Тема 8. Управління конфліктами і стресами

Природа конфлікту, його складові. Види конфліктів. Причини конфліктів. Дії керівника щодо аналізу конфліктної ситуації. Способи розв'язання конфліктних ситуацій. Природа стресів та управління ними в організації. Збої у поведінці персоналу.

Тема 9. Організаційна культура


Сутність поняття, елементи та функції «організаційної культури». Формування організаційної культури. Фактори, що впливають на формування організаційної культури. Типи організаційної культури. Особливості національних культур та їх вплив на культуру організації. Діагностика культури організації. Зміни організаційної культури.

Тема 10. Управління організаційним розвитком авіатранспортних підприємств

Поняття організаційного розвитку підприємства. Проблеми організаційного розвитку авіатранспортного підприємства. Моделі організаційного розвитку в авіаційній сфері. Зміни в організації. Проблеми управління змінами авіатранспортного підприємства. Опір змінам в організаціях. Методи подолання протидії змінам.

2.3. Тематичний план

| № пор | Назва теми (тематичного розділу) | Обсяг навчальних занять (год.) | | | | | | | |
|--------------------------------------------|-------------------------------------------|--------------------------------|--------|---------------|-----|-----------------------|--------|---------------|-----|
| | | Денна форма навчання | | | | Заочна форма навчання | | | |
| | | Усього | Лекції | Прак. заняття | СРС | Усього | Лекції | Прак. заняття | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| Модуль №1 «Організаційна поведінка» | | | | | | | | | |
| 1.1 | Концепція організаційної поведінки | 1 семестр | | | | 1 семестр | | | |
| | | 14 | 2 2 | 2 2 | 6 | 15 | 2 | 1 | 12 |
| 1.2 | Людина в системі організаційної поведінки | 14 | 2 2 | 2 2 | 6 | 14 | 1 | 1 | 12 |

| | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|--------------------------------|
|  | Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Організаційна поведінка» | Шифр документа | СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2021 |
| | | Стор. 9 із 13 | |


| | | | | | | | | | |
|-----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|------------|-----------|-----------|-----------|------------|----------|----------|------------|
| 1.3 | Управління поведінкою індивіда | 14 | 2 2 | 2 2 | 6 | 16 | 1 | 2 | 13 |
| 1.4 | Мотивація та винагорода | 14 | 2 2 | 2 2 | 6 | 2 семестр | | | |
| | | | | | | 11 | 1 | 1 | 9 |
| 1.5 | Формування групової поведінки | 14 | 2 2 | 2 2 | 6 | 11 | 1 | 1 | 9 |
| 1.6 | Управління командою і моделі ефективної командної роботи | 8 | 2 | 2 | 4 | 11 | 1 | 1 | 9 |
| 1.7 | Керівництво і лідерство | 11 | 2 | 2 2 | 5 | 10 | - | 1 | 9 |
| 1.8 | Управління конфліктами і стресами | 14 | 2 2 | 2 2 | 6 | 9 | | | 9 |
| 1.9 | Організаційна культура | 8 | 2 | 2 | 4 | 9 | | | 9 |
| 1.10 | Управління організаційним розвитком авіатранспортного підприємства | 8 | 2 | 2 | 4 | 10 | | | 10 |
| 1.11 | Модульна контрольна робота №1 | 8 | 2 | - | 6 | - | - | - | - |
| 1.12 | Домашнє завдання | 8 | - | - | 8 | | | | |
| 1.13 | Контрольна (домашня) робота (ЗФН) | - | - | - | - | 8 | - | - | 8 |
| 1.14 | Підсумкова семестрова контрольна робота (ЗФН) | - | - | - | - | 11 | 1 | - | 10 |
| Усього за модулем №1 | | 135 | 34 | 34 | 67 | 135 | 8 | 8 | 119 |
| Усього за навчальною дисципліною | | 135 | 34 | 34 | 67 | 135 | 8 | 8 | 119 |

2.4. Домашнє завдання, завдання на контрольну (домашню) роботу (ЗФН)

У першому семестрі студенти денної форми навчання виконують домашнє завдання. Студенти заочної форми навчання виконують контрольну (домашню) роботу виконують у другому семестрі, відповідно до затверджених в установленому порядку методичних рекомендацій, з метою закріплення та поглиблення теоретичних та практичних знань та вмінь, набутих студентом у процесі засвоєння навчального матеріалу дисципліни в галузі маркетингу, які використовуються в подальшому при вивченні багатьох наступних дисциплін професійної підготовки фахівця з базовою та повною вищою освітою.

Конкретна мета домашнього завдання полягає в отриманні навичок раціональної організації роботи індивіда в організації; набутті умінь аналізу групової та міжгрупової динаміки в організації, формуванні ефективної командної роботи в організації; набутті умінь розробки напрямків розвитку організаційної культури.

Для успішного виконання домашніх завдань студент повинен **знати** складові, предмет і об'єкт організаційної поведінки, характерні риси особистості, пов'язані з її поведінкою в організації; соціальні ролі в організації; змістовні та процесійні теорії мотивації поведінки індивіда; етапи процесу створення та організації роботи команди та **вміти** використовувати трансакційний аналіз в управлінні індивідами;

| | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|--------------------------------|
|  | Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Організаційна поведінка» | Шифр документа | СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2021 |
| | | Стор. 10 із 13 | |

проводити діагностику культури організації; розробляти ефективну систему мотивації персоналу; аналізувати та розв'язувати конфліктні ситуації в організації; розробляти ефективні моделі організаційного розвитку.

Виконання, оформлення та захист домашнього завдання здійснюється студентом в індивідуальному порядку відповідно до методичних рекомендацій.

Час, потрібний для виконання домашнього завдання, – до 8 годин самостійної роботи.

Для студентів ЗФН – завдання для виконання контрольної роботи розробляються автором робочої програми. Навчальні матеріали затверджуються протоколом засідання випускової кафедри, доводяться до відома студента індивідуально і виконуються відповідно до методичних рекомендацій. Наприклад, номер варіанту теоретичної частини та практичної частини визначається за першою літерою прізвища та останньою цифрою індивідуального навчального плану студента.

2.5. Перелік питань для підготовки до підсумкової контрольної роботи (у випадку диференційованого заліку ЗФН)

Перелік питань та зміст завдань для підготовки до підсумкової контрольної роботи, розробляються провідним викладачем кафедри відповідно до робочої програми, затверджується на засіданні кафедри та доноситься до відома студентів.

3. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ З ДИСЦИПЛІНИ

3.1. Методи навчання

При вивченні навчальної дисципліни використовуються наступні методи навчання: словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи.

3.2. Рекомендована література

Базова література

3.2.1. Нестуля О.О., Нестуля С.І. Основи лідерства. Наукові концепції (від найдавніших часів до середини ХХ ст.). Полтава: ПУЕТ, 2016. 375 с.

3.2.2. Палеха Ю.І. Менеджмент персоналу. К.: Вид-во. «Ліра-К», 2016. 338 с.

3.2.3. Соснін О.В., Воронкова В.Г., Ажажа М.А. Філософія гуманістичного менеджменту (соціально-політичні, соціально-економічні, соціально-антропологічні виміри). Запоріжжя: Дике Поле, 2016. 355 с.

3.2.4. Гриценко Т.Б., Гриценко С.П., Іщенко Т.Д., Мельничук Т.Ф. Етика ділового спілкування. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 343 с.


3.2.5. Молчанова А. О., Воляник І. В., Кондратьєва В. П. Організаційна поведінка. Івано-Франківськ, «ЛілеяНВ», 2015. 176 с.

3.2.6. Матушкіна М.В. Організаційна поведінка. Старобільськ, 2016. 200 с.

3.2.7. Лепейко Т.І., Лукашев С.В., Миронова О.М. Організаційна поведінка. Х.: Вид. ХНЕУ, 2013. 156 с.

Допоміжна література

3.2.8. Науковий економічний журнал «Актуальні проблеми економіки».

| | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|--------------------------------|
|  | Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Організаційна поведінка» | Шифр документа | СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2021 |
| | | Стор. 11 із 13 | |

- 3.2.9. Науковий журнал «Економіст».
- 3.2.10. Журнал «Менеджер по персоналу».
- 3.2.11. Фаховий збірник наукових праць «Проблеми системного підходу в економіці» (Рубрики: Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), Маркетинг).
- 3.2.12. Журнал «Соціальна психологія».

3.3. Інформаційні ресурси в Інтернеті

- 3.3.1. www.nbuv.gov.ua. Наукова бібліотека ім.Вернадського
- 3.3.2. www.lib.com.ua. Електронна бібліотека
- 3.3.3. www.nauka-osvita.com.ua. Економіка. Проблеми теорії та практики
- 3.3.4. www.management.com.ua. Менеджмент. Методологія та практика.
- 3.3.5. www.marketing.com.ua. Енциклопедія маркетингу

4. РЕЙТИНГОВА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ НАБУТИХ СТУДЕНТОМ ЗНАТЬ ТА ВМІНЬ


4.1. Оцінювання окремих видів виконаної студентом навчальної роботи здійснюється в балах відповідно до табл.4.1.

Таблиця 4.1

| Вид навчальної роботи | Максимальна кількість балів | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------|
| | Денна форма навчання | Заочна форма навчання |
| | Модуль №1 | |
| | 1 семестр | 1,2 семестр |
| Виконання тестових завдань під час практичних занять | 20 | 20 |
| Розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання під час аудиторної роботи на практичних заняттях | 20 | 20 |
| Домашнє завдання | 30 | - |
| Виконання та захист контрольної роботи (ЗФН) | - | 30 |
| <i>Для допуску до виконання модульної контрольної роботи №1 студент має набрати не менше</i> | <i>42 бали</i> | - |
| Виконання модульної контрольної роботи №1 | 30 | - |
| Підсумкова семестрова контрольна робота (ЗФН) | | 30 |
| Усього за модулями №1 | 100 | 100 |
| Усього за дисципліною | 100 | |

Залікова рейтингова оцінка визначається (в балах та за національною шкалою) за результатами виконання всіх видів навчальної роботи протягом семестру.

4.2. Виконані види навчальної роботи зараховуються студенту, якщо він отримав за них позитивну рейтингову оцінку (Додаток 3).


| | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|--------------------------------|
|  | Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Організаційна поведінка» | Шифр документа | СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2021 |
| | | Стор. 12 із 13 | |

4.3. Сума рейтингових оцінок, отриманих студентом за окремі види виконаної навчальної роботи, становить поточну модульну рейтингову оцінку, яка заноситься до відомості модульного контролю.

4.4. В випадку **диференційованого заліку** підсумкова семестрова рейтингова оцінка, перераховується в оцінку за національною шкалою та шкалою ECTS (Додаток 4).

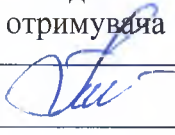
4.5. Підсумкова семестрова рейтингова оцінка в балах, за національною шкалою та шкалою ECTS заноситься до заліково-екзаменаційної відомості, навчальної картки та залікової книжки студента, наприклад, так: **92/Відм./А, 87/Добре/В, 79/Добре/С, 68/Задов./D, 65/Задов./Е** тощо.

4.6. Підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни дорівнює підсумковій семестровій рейтинговій оцінці. Зазначена підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни заноситься до Додатку до диплома.

| | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|--------------------------------|
|  | Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Організаційна поведінка» | Шифр документа | СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2021 |
| | | Стор. 12 із 12 | |

(Ф 03.02 – 01)

АРКУШ ПОШИРЕННЯ ДОКУМЕНТА

| № прим. | Куди передано (підрозділ) | Дата видачі | П.І.Б. отримувача | Підпис отримувача | Примітки |
|---------|---------------------------|-------------|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 1 | 0302 | 25.06.24 | Фірико Меланіс |  | |
| | | | | | |
| | | | | | |

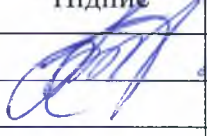
(Ф 03.02 – 02)

АРКУШ ОЗНАЙОМЛЕННЯ З ДОКУМЕНТОМ

| № пор. | Прізвище, ім'я, по батькові | Підпис ознайомленої особи | Дата ознайомлення | Примітки |
|--------|-----------------------------|---------------------------|-------------------|----------|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

(Ф 03.02 – 04)

АРКУШ РЕЄСТРАЦІЇ РЕВІЗІЇ

| № пор. | Прізвище, ім'я, по батькові | Дата ревізії | Підпис | Висновок щодо адекватності |
|--------|-----------------------------|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
| 1 | Борисенко П. С. | 22.08.22 |  | є актуальним |
| | | | | |
| | | | | |

(Ф 03.02 – 03)


АРКУШ ОБЛІКУ ЗМІН

| № зміни | № листа (сторінки) | | | | Підпис особи, яка внесла зміну | Дата внесення зміни | Дата введення зміни |
|---------|--------------------|------------|--------|--------------|--------------------------------|---------------------|---------------------|
| | Зміненого | Заміненого | Нового | Анульованого | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |

(Ф 03.02 – 32)


УЗГОДЖЕННЯ ЗМІН

| | Підпис | Ініціали, прізвище | Посада | Дата |
|-----------|--------|--------------------|--------|------|
| Розробник | | | | |
| Узгоджено | | | | |
| Узгоджено | | | | |

| | | | |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------|------------------------------|
|  | Quality Management System Course Training Program on «Organizational behavior» | Document code | QMS NAU CTP 11.01.03-03-2021 |
| | | Pages 3 з 10 | |

CONTENTS

| | page |
|-------------------------------------------------------------------------|------|
| Introduction | 4 |
| 1. Explanatory notes | 4 |
| 1.1 Role, goal and objectives of the academic discipline | 4 |
| 1.2. Learning outcomes the subject makes it possible to achieve | 4 |
| 1.3. Competences obtained through the academic discipline | 5 |
| 1.4. Interdisciplinary links | 5 |
| 2. Program of the academic discipline | 5 |
| 2.1. Content of the academic discipline | 5 |
| 2.2. Module structure and integrated requirements for each module | 6 |
| 2.3. Thematic plan | 7 |
| 2.4. Homework, assignment for control (home) work (AC/HW)..... | 8 |
| 2.5. List of questions for exam and final test | 8 |
| 3. Training materials for the discipline | 8 |
| 3.1. Teaching methods | 8 |
| 3.2. Recommended literature (basic and additional literature) | 8 |
| 3.3. Internet information resources | 9 |
| 4. Rating system of knowledge and skills assessment | 9 |

| | | | |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------|------------------------------|
|  | Quality Management System Course Training Program on «Organizational behavior» | Document code | QMS NAU CTP 11.01.03-03-2021 |
| | | Pages 4 з 10 | |

INTRODUCTION

Course Training Program on «Organizational behavior» is developed based on the "Methodical guidance for the subject course training program", approved by the order № 249/од, of 29.04.2021 and corresponding normative documents.

1. EXPLANATORY NOTES

1.1. Role, goal and objectives of the academic discipline

Role: this discipline is a theoretical and practical basis of a set of knowledge and skills that form the profile of the specialist in understanding the specifics of specific techniques and tools for managing individual behavior in the organization.

Main goal to study the subject "Organizational behavior" is the formation of skills of rational organization of the individual in the organization; acquisition of skills of analysis of group and inter-group dynamics in the organization, formation of effective team work in the organization; acquisition of skills to develop areas of organizational culture and mastering the tools of organizational development management.

The objectives of the discipline are:

- know the essence of the basic concepts and categories of organizational behavior;
- know the motivational mechanism of management activities in the organization;
- to study the mechanism of formation of functional behavior of employees of the organization; choose an effective leadership style;
- to study methods of using basic tools of behavior management;
- know the characteristics of the influence of various factors on the behavior of people in the organization;
- coordinate the interaction between management bodies, divisions of the organization (performers);
- know the personnel evaluation system of the organization;
- monitor the effectiveness and efficiency of the organization, groups, individuals;
- plan personal development and career of employees in the organization;
- know the basic techniques of conflict solving in the organization;
- analyze the achievements of economic and non-economic goals set for the organization, groups, individuals;
- to acquire practical skills of using basic tools for managing human behavior at the individual, group and organizational levels.

1.2. Learning outcomes the subject makes it possible to achieve


Identify and analyze the key characteristics of marketing systems of different levels, as well as the behavior of their subjects (**PLO5**).

Identify the functional areas of marketing activities of the market entity and their relationships in the management system, calculate the relevant indicators that characterize the effectiveness of such activities (**PLO6**).

Explain information, ideas, problems and alternative management decisions to specialists and non-specialists in the field of marketing, representatives of various structural units of the market entity (**PLO10**).

To be responsible for the results of activities, to show the skills of entrepreneurial and managerial initiative (**PLO13**).

Act socially responsibly and socially consciously on the basis of ethical principles of marketing, respect for cultural diversity and values of civil society with respect for individual rights and freedoms (**PLO15**).

| | | | |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------|------------------------------|
|  | Quality Management System Course Training Program on «Organizational behavior» | Document code | QMS NAU CTP 11.01.03-03-2021 |
| | | Pages 5 з 10 | |

Demonstrate responsibility in relation to moral, cultural, scientific values and achievements of society in professional marketing activities (**PLO18**).

Be aware of the peculiarities of the modern world and national economy, institutional structure, directions of social, domestic and foreign economic policy of the state, know and understand economic categories, laws, cause-and-effect and functional relationships between processes and phenomena at different levels of economic systems, take into account the consequences of the implementation of macroeconomic policies, use knowledge of the forms of interaction of subjects of market relations to ensure the activity of business structures, understand the organizational and economic mechanism of enterprise management and evaluate the effectiveness of marketing decision-making (**PLO21**).

Be able to demonstrate an understanding of the essence of the concept of modern social and market communications, conduct an analysis of relations with consumers, analyze the peculiarities of the behavior of consumers and other market subjects (**PLO22**).

1.3. Competences obtained through the academic discipline

Ability to solve complex specialized problems and practical problems in the field of marketing or in the learning process, which involves the use of appropriate theories and methods and is characterized by complexity and uncertainty of conditions (**IC**).

Ability to abstract thinking, analysis and synthesis (**GC3**).

Ability to learn and master modern knowledge (**GC4**).

Skills in using information and communication technologies (**GC9**).

Ability to communicate with representatives of other professional groups of different levels (with experts from other fields of knowledge / types of economic activity) (**GC12**).

Ability to act socially responsibly and consciously (**GC14**).

Ability to analyze the behavior of market participants and determine the features of the functioning of markets (**PC11**).

Ability to choose and use innovative methods, tools to justify decisions on the establishment, functioning of management structures, understand the features of modern world and national economy to justify the social, domestic and foreign economic policy and gain a holistic worldview in understanding global processes that reveal the patterns of further transformations and allow to make timely, effective marketing decisions (**PC18**).

1.4. Interdisciplinary links

This discipline is the basis for the study of further disciplines, namely: Marketing, Fundamentals of transport marketing, Economics of economic activity of market actors, Fundamentals of electronic marketing, Commodity market infrastructure, Marketing research, Marketing pricing, Consumer behavior, Commodity, Internet marketing, Outsourcing of the electronic marketplace, Internet marketing research, Fundamentals of product quality management, Marketing information systems.

2. PROGRAM OF THE ACADEMIC DISCIPLINE

2.1. Content of the academic discipline

The educational material of the discipline is structured according to the modular principle and consists of one educational **module №1 “Organizational behavior”**, which is a logically complete, independent, integral part of the curriculum, the assimilation of which involves a modular test and analysis of the results of its implementation.



2.2. Module structure and integrated requirements for each module

Module №1 “Organizational behavior”

Integrated requirements to the module №1:

know:

- components, subject and object of organizational behavior;
- characteristics of the individual associated with his behavior in the organization;
- social roles in the organization;
- content and processional theories of motivation of individual behavior;
- stages of the process of creating and organizing the work of the team.

learning outcomes:

- use transactional analysis in the management of individuals;
- to diagnose the culture of the organization;
- to develop an effective system of staff motivation;
- analyze and resolve conflict situations in the organization;
- to develop effective models of organizational development.

Topic 1. The concept of organizational behavior

Components, subject and object of organizational behavior.

Theories of organizational behavior. Pragmatic, institutional and culturological theories of organizational behavior. Basic theoretical approaches on which organizational behavior is based. Forces that determine organizational behavior. Models of organizational behavior. Basic models of organizational behavior: authoritarian, paternalistic (guardianship), supportive and collegial. Trends in organizational behavior development.

Topic 2. Human (personality) in the system of organizational behavior

The structure of the individual level of behavior. The concept and structure of personality. Characteristic personality traits associated with its behavior in the organization. Theories of personality and laws of individual behavior. Theory of interests and the law of optimal behavior. Criteria of rational behavior. Psychological agreement and types of adaptation of employees to the organizational environment.

Topic 3. Management of individual behavior

Social roles in the organization. Determinants of social roles. Personal potential of the employee and his influence on behavior in the organization. "I" -concept and its impact on human behavior in the organization. Protective behavior. Myers-Briggs model. Combining personality types and features of behavioral reactions. Methods of determining the type of personality and modeling programs of individual behavior. Psychogeometric concept of personality. The use of transactional analysis in the management of individuals. Manipulative behavior and measures to limit it. Psychological methods of influencing employees.

Topic 4. Motivation and reward

Motivation model. Guidelines for motivating employees in the organization. Content theories of motivation of individual behavior. Processional theories of motivation of individual behavior. Creating an effective system of staff motivation. Features of formation of foreign systems of work motivation.

Topic 5. Formation of group behavior

The essence, types and characteristics of groups. Causes of groups formation. The influence of the group on the behavior of individuals. Stages of group development. Improving the efficiency of staff teams. Specifics of teamwork.

Topic 6. Team management and models of effective teamwork

Specifics of teamwork. Stages of the process of creating and organizing team work. Classification of teams. The main factors of effective teamwork success.

Topic 7. Management and leadership

Definition of leadership. Leadership and management. Forms of power. Strategies for expanding the boundaries of power. Approaches to the study of leadership. Qualities and character traits of effective leaders. Management styles. Typology of leaders. Typology of leaders Yitzhak Adizes. Typology of leaders according to their logic of actions.



Topic 8. Conflict and stress management

The nature of the conflict, its components. Types of conflicts. Causes of conflicts. Actions of the head to analyze the conflict situation. Ways to resolve conflict situations. The nature of stress and its management in the organization. Failures in staff behavior.

Topic 9. Organizational culture


The essence of the concept, elements and functions of "organizational culture". Formation of organizational culture. Factors influencing the formation of organizational culture. Types of organizational culture. Features of national cultures and their impact on the culture of the organization. Diagnosis of the organization culture. Changes in organizational culture.

Topic 10. Management of air transport enterprises organizational development

The concept of organizational development. Problems of an air transport enterprise organizational development. Models of organizational development in the aviation sector. Changes in the organization. Problems of the air transport enterprise's change management. Resistance to changes in organizations. Methods of overcoming resistance to changes.

2.3. Thematic plan

| № | Topic | Academic Hours | | | | | | | | |
|--------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|-------------------|---------------|----------------|----------------|-----------|---------------|----------------|----------------|--|
| | | Full-time | | | | Part-time | | | | |
| | | Total | Lec- tures | Practi- cal | Self- Study | Total | Lec- tures | Practi- cal | Self- Study | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | |
| Module 1. "Organizational behavior" | | | | | | | | | | |
| | | 1 semester | | | | | | | | |
| 1.1 | The concept of organizational behavior | 14 | 2 2 | 2 2 | 6 | - | - | - | - | |
| 1.2 | Human (personality) in the system of organizational behavior | 14 | 2 2 | 2 2 | 6 | - | - | - | - | |
| 1.3 | Management of individual behavior | 14 | 2 2 | 2 2 | 6 | - | - | - | - | |
| 1.4 | Motivation and reward | 14 | 2 2 | 2 2 | 6 | - | - | - | - | |
| 1.5 | Formation of group behavior | 14 | 2 2 | 2 2 | 6 | - | - | - | - | |
| 1.6 | Team management and models of effective teamwork | 8 | 2 | 2 | 4 | - | - | - | - | |
| 1.7 | Management and leadership | 11 | 2 | 2 2 | 5 | - | - | - | - | |
| 1.8 | Conflict and stress management | 14 | 2 2 | 2 2 | 6 | - | - | - | - | |
| 1.9 | Organizational culture | 8 | 2 | 2 | 4 | - | - | - | - | |
| 1.10 | Management of air transport enterprises organizational development | 8 | 2 | 2 | 4 | - | - | - | - | |
| 1.11 | Modular test №1 | 8 | 2 | - | 6 | - | - | - | - | |
| 1.12 | Homework | 8 | - | - | 8 | - | - | - | - | |
| 1.13 | Test (home) work (Part-time) | - | - | - | - | - | - | - | - | |
| 1.14 | Final semester test | - | - | - | - | - | - | - | - | |
| Total for the module №1 | | 135 | 34 | 34 | 67 | - | - | - | - | |
| Total for the subject | | 135 | 34 | 34 | 67 | - | - | - | - | |

| | | | |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------|------------------------------|
|  | Quality Management System Course Training Program on «Organizational behavior» | Document code | QMS NAU CTP 11.01.03-03-2021 |
| | | Pages 8 з 10 | |

2.4. Homework, assignment for control (home) work (AC/HW)

In the first semester full-time students perform the homework. The specific purpose of homework is to obtain the skills of rational organization of the individual in the organization; acquisition of skills of analysis of group and intergroup dynamics in the organization, formation of effective team work in the organization; acquisition of skills to develop areas of organizational culture.

To successfully complete homework, the student should **know** the components, subject and object of organizational behavior, personality traits associated with its behavior in the organization; social roles in the organization; meaningful and professional theories of motivation of individual behavior; stages of the process of creating and organizing the work of the team and have the following **learning outcomes** use transactional analysis in the management of individuals; to diagnose the culture of the organization; to develop an effective system of staff motivation; analyze and resolve conflict situations in the organization; develop effective models of organizational development.

Performing, design and presentation of homework is carried out by the student individually in accordance with the guidelines.

The time required to complete homework - up to 8 hours of self-study work.

2.5. List of questions for exam and final test

The list of questions and the content of tasks for preparation for the final semester test are developed by leading teachers and approved by the minutes of the department meeting and brought to the notice of students.

3. TRAINING MATERIALS FOR THE DISCIPLINE

3.1. Teaching methods

It is recommended to use the following teaching methods during mastering the subject:

- explanatory and illustrative method;
- method of problem presentation;
- reproductive method;
- research method.

The implementation of these methods are carried out during lectures, demonstrations, self-study, work with the educational material, analysis and solution of problems.

3.2. Recommended literature (basic and additional literature)

Basic literature

3.2.1. Нестуля О.О., Нестуля С.І. Основи лідерства. Наукові концепції (від найдавніших часів до середини ХХ ст.). Полтава: ПУЕТ, 2016. 375 с.

3.2.2. Палеха Ю.І. Менеджмент персоналу. К.: Вид-во. «Ліра-К», 2016. 338 с.

3.2.3. Соснін О.В., Воронкова В.Г., Ажажа М.А. Філософія гуманістичного менеджменту (соціально-політичні, соціально-економічні, соціально-антропологічні виміри). Запоріжжя: Дике Поле, 2016. 355 с.

3.2.4. Гриценко Т.Б., Гриценко С.П., Іщенко Т.Д., Мельничук Т.Ф. Етика ділового спілкування. Київ: Центр учбової літератури, 2018. 343 с.

3.2.5. Молчанова А. О., Воляник І. В., Кондратьєва В. П. Організаційна поведінка. Івано-Франківськ, «ЛілеяНВ», 2015. 176 с.

3.2.6. Матушкіна М.В. Організаційна поведінка. Старобільськ, 2016. 200 с.


3.2.7. Лепейко Т.І., Лукашев С.В., Миронова О.М. Організаційна поведінка. Х.: Вид. ХНЕУ, 2013. 156 с.

Additional literature

3.2.8. Науковий економічний журнал «Актуальні проблеми економіки».

3.2.9. Науковий журнал «Економіст».

3.2.10. Журнал «Менеджер по персоналу».

| | | | |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------|------------------------------|
|  | Quality Management System Course Training Program on «Organizational behavior» | Document code | QMS NAU CTP 11.01.03-03-2021 |
| | | Pages 9 з 10 | |

3.2.11. Фаховий збірник наукових праць «Проблеми системного підходу в економіці» (Рубрики: Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), Маркетинг).

3.2.12. Журнал «Соціальна психологія».

3.3. Internet information resources

3.3.1. www.nbuu.gov.ua. Наукова бібліотека ім.Вернадського

3.3.2. www.lib.com.ua. Електронна бібліотека

3.3.3. www.nauka-osvita.com.ua. Економіка. Проблеми теорії та практики

3.3.4. www.management.com.ua. Менеджмент. Методологія та практика.

3.3.5. www.marketing.com.ua. Енциклопедія маркетингу

4. RATING SYSTEM OF KNOWLEDGE AND SKILLS ASSESSMENT

4.1. Assessment of certain kinds of student academic work is carried out in accordance with table 4.1.

Table 4.1

| | Max grade | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-----------|
| | Full-time | Part-time |
| 1 semester | | |
| Kind of Academic Activities | Module №1 | |
| | 1 semester | - |
| Performing of test tasks during practical classes | 20 | - |
| Problem solving, answers to theoretical questions during classroom work in practical classes | 20 | - |
| Preparation and defending of homework | 30 | - |
| <i>For carrying out module test № 1, a student must receive not less than</i> | <i>42 points</i> | - |
| Module test №1 | 30 | - |
| <i>Final semester test</i> | - | - |
| Total for the module №1 | 100 | - |
| Graded test | - | - |
| Total for the subject | 100 | |

Credit graded rating is determined (in points and on a national scale) based on the results of all types of educational work during the semester.

4.2. Executed kind of training is enrolled to student if he received for it a positive assessment of national scale.

4.3. A sum of a rating estimations got a student for the different types of the executed educational work presents a current module rating estimation that is brought to the list of module control.

4.4. The final semester rating in the semester in which the graded test is provided is converted into a grade according to the national scale and the ECTS scale.

4.5. Final Semester rating score entered into the record book and educational card student, for example: 92/Excel./A, 87/Very Good/B, 79/Good/C, 68/Satisf./D, 65/Sufficient/E etc.

4.6. Final rating score in points on discipline equals to total rating assessment for semester. Final rating score on discipline is entered to diploma Annex.