



Бенчмаркінгові стратегії розвитку гуманітарних проєктів

Робоча програма навчальної дисципліни (Силабус)

Реквізити навчальної дисципліни

Рівень вищої освіти	<i>Другий (магістерський)</i>
Галузь знань	<i>03 Гуманітарні науки</i>
Спеціальність	<i>032 Історія та археологія</i>
Освітня програма	<i>Європейські студії</i>
Статус дисципліни	<i>Нормативна</i>
Форма навчання	<i>очна(денна)</i>
Рік підготовки, семестр	<i>1 курс, весняний семестр</i>
Обсяг дисципліни	<i>4 кредити ЕКТС / 120 годин (лекційні заняття – 18 год., семінарські заняття - 36 год., самостійна робота - 66 год.)</i>
Семестровий контроль/ контрольні заходи	<i>Залік, модульна контрольна робота</i>
Розклад занять	<i>Лекції (один раз на два тижні, починаючи з 1-го тижня), семінарські заняття (один раз на тиждень, бажано після лекції)</i>
Мова викладання	<i>Українська</i>
Інформація про керівника курсу / викладачів	Лектор: доц. к.і.н. Перга Юрій Миколайович, perga.iurii@ill.kpi.ua Семінарські: доц. к.і.н. Перга Юрій Миколайович, perga.iurii@ill.kpi.ua
Розміщення курсу	https://classroom.google.com/c/ODExMDEyMTA1OTQ5?cjc=kbp6p6wt

Програма навчальної дисципліни

1. Опис навчальної дисципліни, її мета, предмет вивчення та результати навчання

Опис навчальної дисципліни

Курс "Бенчмаркінгові стратегії розвитку гуманітарних проєктів" є поглибленим дослідженням бенчмаркінгу як стратегічного інструменту управління, адаптованого до унікальних умов гуманітарного сектору. Дисципліна виходить за межі традиційного корпоративного розуміння бенчмаркінгу, що фокусується на конкурентній перевазі, і розглядає його як процес систематичного порівняння та навчання з метою підвищення ефективності, підзвітності та інноваційного потенціалу гуманітарних ініціатив. Студенти вивчатимуть, як неурядові організації (НУО) та міжнародні гуманітарні агенції можуть порівнювати власні процеси, результати та довгостроковий вплив із найкращими практиками в секторі та загальноновизнаними міжнародними стандартами для стимулювання культури безперервного вдосконалення.

Особлива увага приділяється аналізу фундаментального парадоксу гуманітарної сфери: організації одночасно діють у середовищі, що вимагає співпраці на основі універсальних гуманітарних принципів (гуманність, нейтральність, неупередженість, незалежність), і водночас перебувають у стані гострої конкуренції за обмежені донорські ресурси, медійну увагу та кваліфіковані кадри. Курс розглядає, як бенчмаркінг може слугувати інструментом не лише для посилення позицій окремої організації, але й для підвищення загального стандарту якості та ефективності всього сектору. Критично аналізуються виклики застосування бенчмаркінгу в складних, кризових та ресурс-

обмежених контекстах, де збір даних та порівняльний аналіз вимагають особливої етичної чутливості та методологічної гнучкості.

Мета навчальної дисципліни

Основною метою курсу є формування у студентів-магістрів системи професійних компетентностей, необхідних для розробки, впровадження та стратегічного використання результатів бенчмаркінгових досліджень у гуманітарних організаціях. Курс спрямований на підготовку майбутніх керівників проєктів, аналітиків та фахівців з моніторингу та оцінки (MEAL), здатних ідентифікувати прогалини в ефективності, вивчати та адаптувати передовий досвід провідних організацій, а також впроваджувати доказові стратегії, що покращують якість послуг для бенефіціарів, підвищують рівень підзвітності перед донорами та громадами, і зміцнюють загальну операційну стійкість організації.

Предмет вивчення

Предметом вивчення є теорія, методологія та практика застосування бенчмаркінгу в контексті гуманітарної діяльності. Це включає дослідження різних моделей бенчмаркінгу (внутрішнього, конкурентного, функціонального, загального) та їх адаптацію до специфіки неприбуткового сектору; розробку релевантних ключових показників ефективності (KPIs), що охоплюють не лише операційну діяльність, а й соціальний вплив; глибокий аналіз міжнародних гуманітарних стандартів (зокрема, Довідника "Сфера" та Основного гуманітарного стандарту якості та підзвітності) як еталонів для порівняльного аналізу; а також вивчення етичних аспектів збору, аналізу та поширення даних у роботі з вразливими групами населення.

Результати навчання

Після успішного завершення курсу студенти зможуть продемонструвати такі результати навчання:

Загальні компетентності (ЗК)

- **ЗК 01:** Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу для прийняття обґрунтованих рішень.
- **ЗК 02:** Здатність спілкуватися державною та іноземною мовою як усно, так і письмово з представниками інших професійних груп різного рівня.
- **ЗК 03:** Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.
- **ЗК 05:** Здатність розробляти проєкти та управляти ними, працювати в міжнародному контексті.

Фахові компетентності (ФК)

- **ФК 04:** Здатність формулювати та аргументувати актуальні філософські ідеї, доказово й обґрунтовано викладати результати дослідження. Здатність виявляти специфіку в підходах до вирішення проблем в галузі історії та археології представників різних наукових напрямів та шкіл, критично осмислювати новітні досягнення історичної науки.
- **ФК 06:** Здатність розробляти і реалізовувати наукові та прикладні проєкти у сфері історії, археології та/або дотичні до них міждисциплінарні проєкти.
- **ФК 09:** Здатність професійно проводити світоглядний аналіз та етико-ціннісну експертизу європейської та євроатлантичної інтеграції України. Здатність працювати в міжнародному контексті і реалізовувати спільні проєкти у сфері історії та/або археології з європейськими та євроатлантичними інституціями.

Програмні результати навчання:

- ПРН 1. Аналізувати теоретичні та методологічні проблеми сучасної історичної та філософської науки, критично оцінювати стан проблеми та результати останніх досліджень, застосовувати релевантні методи їх аналізу та інтерпретації.
- ПРН 5. Розробляти й реалізовувати історичні, філософські та міждисциплінарні проекти з урахуванням сучасних методологічних підходів.
- ПРН 7. Застосовувати у професійній діяльності у сфері філософії, історії та археології сучасні цифрові інструменти і технології в професійній діяльності, у тому числі для пошуку, збереження і оброблення інформації, для виконання наукових досліджень і реалізації освітніх та інноваційних проектів.
- ПРН 19. Приймати ефективні рішення з питань управління складною професійною та/або навчальною діяльністю у сфері філософії.

2. Пререквізити та постреквізити дисципліни (місце в структурно-логічній схемі навчання за відповідною освітньою програмою)

Пререквізити (Попередні дисципліни)

Для успішного засвоєння курсу студентам необхідні знання та вміння, отримані під час вивчення дисциплін

першого семестру. Ці курси створюють теоретичне та практичне підґрунтя для розуміння методології бенчмаркінгу в гуманітарному контексті.

Ключові попередні дисципліни:

- **ЗО 03 Міжнародна проектно-грантова діяльність та стартап-менеджмент:** Надає базові знання з управління проектами, що є основою для розробки бенчмаркінгових стратегій.
- **ПО 02 Історія європейської інтеграції:** Формує розуміння контексту, в якому діють європейські гуманітарні організації.
- **ЗО 05 Політична історія Європи:** Допомогає аналізувати політичні фактори, що впливають на гуманітарні проекти.
- **ПО 06 Цифрові інструменти наукових досліджень з гуманітарних наук:** Забезпечує навички роботи з даними, необхідні для проведення порівняльного аналізу.
- **ЗО 01 Соціальний вимір сталого розвитку:** Надає знання про соціальні процеси, що є об'єктом гуманітарних ініціатив.

Постреквізити (Наступні дисципліни)

Знання та навички, отримані в рамках цього курсу, є важливими для подальшого навчання, зокрема для дисциплін **третього та четвертого семестрів**, а також для виконання кваліфікаційної роботи.

Дисципліни, що базуються на результатах навчання:

- **ПО 05 Методологія соціально-гуманітарної експертизи:** Курс безпосередньо використовує навички порівняльного аналізу та оцінки, закладені бенчмаркінгом, для проведення глибокої експертизи проектів.
- **ПО 07 Основи наукових досліджень та академічна доброчесність:** Практичні навички збору та аналізу даних, отримані в курсі, застосовуються при проведенні самостійних наукових досліджень.
- **ПО 08 Науково-дослідна практика:** Студенти можуть застосувати методологію бенчмаркінгу для аналізу діяльності реальних організацій під час практики.

- **ПО 09 Виконання магістерської дисертації:** Бенчмаркінгове дослідження може стати частиною або основою для магістерської дисертації, особливо якщо вона присвячена підвищенню ефективності гуманітарних ініціатив.

3. Зміст навчальної дисципліни

Тема 1. Теоретичні основи та еволюція бенчмаркінгу: від корпоративного сектору до соціальної сфери.

Тема 2. Специфіка гуманітарного сектору: принципи, стандарти та виклики для порівняльного аналізу.

Тема 3. Типологія бенчмаркінгу для гуманітарних проєктів: внутрішній, конкурентний, функціональний та загальний.

Тема 4. Методологія бенчмаркінгового дослідження: Етап 1 - Планування (визначення цілей, об'єкта, вибір партнерів).

Тема 5. Ключові показники ефективності (KPIs) та метрики в гуманітарних проєктах: від операційних до показників впливу.

Тема 6. Міжнародні гуманітарні стандарти (Sphere, CHS) як еталон для порівняльного аналізу.

Тема 7. Методологія бенчмаркінгового дослідження: Етап 2 - Збір та аналіз даних (кількісні, якісні та змішані методи).

Тема 8. Імплементация результатів бенчмаркінгу та розвиток організаційної культури безперервного вдосконалення.

Тема 9. Аналіз кейсів: Практики застосування бенчмаркінгу в провідних міжнародних гуманітарних організаціях.

4. Навчальні матеріали та ресурси

Основна література:

1. *The Sphere Handbook: Humanitarian Charter and Minimum Standards in Humanitarian Response.* Sphere Association, 2018. (<https://spherestandards.org/handbook-2018/>)
2. *Core Humanitarian Standard on Quality and Accountability.* CHS Alliance, Groupe URD, Sphere Project, 2014. (<https://corehumanitarianstandard.org/the-standard>)
3. *A Guide to Benchmarking for Non-Profit Organisations* (The Ian Potter Foundation, 2008). (https://www.google.com/search?q=https://www.ianpotter.org.au/wp-content/uploads/2016/11/Benchmarking-Report_WEB-1.pdf)
4. Бабаєв, Д. І. (2021). *Управління гуманітарними проєктами у зонах екстремальних дій.* Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії. Київський національний університет будівництва і архітектури. (https://www.google.com/search?q=http://library.knuba.edu.ua/books/disertacii/2021/20210928_babaev.pdf)
5. *Основний гуманітарний стандарт з якості та підзвітності.* (Український переклад). CHS Alliance, 2016. (https://www.google.com/search?q=https://corehumanitarianstandard.org/files/files/CHS%2520translations/Ukrainian_Core_Humanitarian_Standard.pdf)

Додаткова література:

1. Van Wassenhove, L. N. (2006). Humanitarian aid logistics: supply chain management in high gear. *Journal of the Operational Research Society*, 57(5), 475-489.
2. OECD DAC. (1991). *Principles for Evaluation of Development Assistance.* Paris: OECD Publishing.
3. Bridgespan Group. (n.d.). *Benchmarking for Nonprofits.* Retrieved from <https://www.bridgespan.org/insights/benchmarking>

4. Crowe LLP. (n.d.). *Benchmarking charities: A practical guide to measuring and improving performance*. Retrieved from <https://www.crowe.com/uk/insights/benchmarking-charities>
5. *Методика оцінки ефективності виконання Державної цільової соціальної програми «Молодь України» на 2021–2025 роки*. Міністерство молоді та спорту України.
6. CARE International. (n.d.). *CARE's Humanitarian Accountability Framework*. Retrieved from <https://www.careemergencytoolkit.org>
7. The Angeletti Group. (2025). *Nonprofit Guide to Benchmarking: How to Set Goals that Drive Growth*.
8. Johnson O'Connor. (2025). *The Importance of Benchmarking for Nonprofit Organizations*.

Навчальний контент

5. Методика опанування навчальної дисципліни (освітнього компонента)

Лекційні заняття (9 занять, 18 годин)

№	Тема лекції	К-ть год.	Підтеми для самостійної роботи
1	Тема 1. Теоретичні основи та еволюція бенчмаркінгу: від корпоративного сектору до соціальної сфери.	2	Історія виникнення бенчмаркінгу (Херох). Основні визначення та принципи. Відмінності між бенчмаркінгом, моніторингом та оцінкою.
2	Тема 2. Специфіка гуманітарного сектору: принципи, стандарти та виклики для порівняльного аналізу.	2	Гуманітарні принципи (гуманність, неупередженість, нейтральність, незалежність). Концепція підзвітності перед постраждалим населенням (AAP). Конкуренція за фінансування та її вплив на співпрацю.
3	Тема 3. Типологія бенчмаркінгу для гуманітарних проєктів: внутрішній, конкурентний, функціональний та загальний.	2	Переваги та недоліки кожного типу. Приклади застосування різних типів бенчмаркінгу в НУО. Стратегічний вибір типу бенчмаркінгу залежно від цілей організації.
4	Тема 4. Методологія бенчмаркінгового дослідження: Етап 1 - Планування.	2	Визначення проблеми та цілей дослідження. Формування бенчмаркінгової команди. Критерії вибору партнерів для порівняння ("peer organizations").
5	Тема 5. Ключові показники ефективності (KPIs) та метрики в гуманітарних проєктах.	2	Ієрархія показників: від вхідних ресурсів (inputs) до довгострокового впливу (impact). Розробка SMART-індикаторів. Кількісні vs. якісні показники.

6	Тема 6. Міжнародні гуманітарні стандарти (Sphere, CHS) як еталон для порівняльного аналізу.	2	Історія та структура Довідника "Сфера". Дев'ять зобов'язань Основного гуманітарного стандарту (CHS). Роль стандартів у забезпеченні якості та підзвітності.
7	Тема 7. Методологія бенчмаркінгового дослідження: Етап 2 - Збір та аналіз даних.	2	Огляд методів збору даних: опитування, інтерв'ю, фокус-групи, аналіз документів. Етичні аспекти збору даних. Аналіз розривів (Gap analysis).
8	Тема 8. Імплементация результатів бенчмаркінгу та розвиток організаційної культури безперервного вдосконалення.	2	Розробка плану дій. Комунікація результатів стейкхолдерам. Подолання опору змінам. Інтеграція бенчмаркінгу в організаційні цикли.
9	Тема 9. Аналіз кейсів: Практики застосування бенчмаркінгу в провідних міжнародних гуманітарних організаціях.	2	Огляд публічних звітів та оцінок. Фактори успіху та причини невдач бенчмаркінгових ініціатив. Майбутні тренди у бенчмаркінгу гуманітарної допомоги.

Семінарські заняття (18 занять, 36 годин)

№	Тема семінарського заняття	К-ть год.	Теми для обговорення та практичні завдання
1	Тема 1. Дебати: "Чи може інструмент, створений для бізнесу, бути ефективним у сфері, де головною цінністю є людське життя?"	4	Обговорення відмінностей у мотивації, цілях та критеріях успіху. Практичне завдання: "Адаптувати класичний цикл бенчмаркінгу Демінга (PDCA) до гуманітарного проєкту".
2	Тема 2. Дискусія: "Парадокс 'конкурентної співпраці' в гуманітарному секторі".	4	Аналіз етичних дилем, що виникають при порівнянні організацій, які працюють в одній кризовій зоні. Рольова гра: "Переговори між двома НУО щодо обміну даними для бенчмаркінгу".
3	Тема 3. Майстер-клас: "Вибір оптимального типу бенчмаркінгу".	4	Розбір 3-4 сценаріїв (наприклад, "зниження операційних витрат", "покращення якості психосоціальної підтримки", "підвищення рівня залучення громади"). Групова робота:

			обґрунтування вибору типу бенчмаркінгу для кожного сценарію.
4	Тема 4. Практикум: "Розробка плану бенчмаркінгового дослідження".	4	Робота в групах над курсовим проєктом. Студенти формулюють цілі, завдання та обирають гіпотетичних партнерів для порівняння для свого проєкту, обґрунтовуючи вибір.
5	Тема 5. Воркшоп: "Від місії до метрики: розробка системи KPIs".	4	Практичне завдання: "Для гіпотетичного проєкту (напр., 'Забезпечення доступу до чистої води для ВПО') розробити 3-5 ключових показників ефективності, що відповідають різним рівням (output, outcome, impact)". Презентація та обговорення результатів.
6	Тема 6. Практикум: "Самооцінка проєкту за стандартами CHS".	4	Дебати: "Чи є універсальні стандарти, як Sphere, завжди доречними в локальних культурних контекстах?". Практичне завдання: "Провести самооцінку гіпотетичного проєкту на відповідність трьом зобов'язанням CHS, ідентифікуючи потенційні докази та індикатори".
7	Тема 7. Етичний практикум та аналіз даних.	4	Розбір етичних кейсів, пов'язаних зі збором даних (напр., робота з дітьми, що пережили травму). Практичне завдання: "На основі наданого набору даних (якісних та кількісних) провести аналіз розривів та сформулювати попередні висновки".
8	Тема 8. Рольова гра: "Презентація результатів бенчмаркінгу Раді директорів".	4	Одна група студентів представляє результати та рекомендації, інша – грає роль скептичного керівництва, ставлячи складні питання щодо методології, вартості та доцільності запропонованих змін.
9	Тема 9. Аналіз кейсів: "Уроки, вивчені з практики". Залік.	4	Студенти заздалегідь готують презентації на основі звітів реальних організацій (напр., ALNAP, OCHA). Обговорення ключових викликів та інноваційних підходів, виявлених у цих звітах. Студенти складають залік на останньому семінарському занятті.

Навчальний процес з дисципліни буде організовано за допомогою змішаного підходу, що поєднує теоретичне навчання з інтенсивною практичною та аналітичною роботою, спрямованою на формування стійких професійних навичок.

- **Лекції (18 годин):** Систематичний виклад теоретичних основ, концептуальних моделей, методологічних підходів та міжнародних стандартів у сфері бенчмаркінгу гуманітарних проєктів. Лекції створюють концептуальну рамку для подальшої практичної роботи.
- **Семінари-дискусії (18 годин):** Інтерактивні заняття, присвячені критичному обговоренню ключових тем курсу, зокрема етичних дилем, практичних викликів та обмежень застосування бенчмаркінгу в гуманітарних кризах. Мета – розвиток критичного мислення та здатності до аргументованої дискусії.
- **Аналіз кейсів (Case Study Method) (9 годин):** Поглиблений розбір реальних прикладів застосування бенчмаркінгу провідними міжнародними організаціями (наприклад, CARE, Oxfam, Рух Червоного Хреста і Червоного Півмісяця). Студенти аналізуватимуть методологію, результати та вплив цих досліджень на організаційні зміни.⁹
- **Практичні майстер-класи (9 годин):** Воркшопи, орієнтовані на відпрацювання конкретних навичок. Студенти в малих групах будуть розробляти матриці KPI для змодельованих проєктів, створювати плани збору даних з урахуванням етичних стандартів, а також вчитися візуалізувати та презентувати результати порівняльного аналізу.
- **Груповий курсовий проєкт:** Протягом семестру студенти, об'єднані в команди, розроблятимуть комплексну бенчмаркінгову стратегію для обраного (або гіпотетичного) гуманітарного проєкту. Проєкт включатиме всі етапи: від обґрунтування необхідності дослідження до розробки плану імплементації рекомендацій. Захист проєктів відбудеться наприкінці семестру і буде однією з ключових складових підсумкової оцінки.

6. Самостійна робота студента/аспіранта

Самостійна робота студента включає такі види діяльності:

- **Підготовка до лекцій та семінарських занять (30 годин):** Опрацювання обов'язкової та додаткової літератури, наукових статей, звітів міжнародних організацій. Конспектування ключових матеріалів.
- **Робота над груповим курсовим проєктом (20 годин):** Проведення дослідницької роботи, збір та аналіз інформації, розробка компонентів бенчмаркінгової стратегії, підготовка фінальної презентації та письмового звіту.
- **Підготовка до модульної контрольної роботи (МКР) (4 годин):** Систематизація та повторення матеріалу за першою половиною курсу, аналіз практичних кейсів.
- **Підготовка до заліку (6 годин):** Повторення та узагальнення всього вивченого матеріалу, підготовка відповідей на екзаменаційні питання, опрацювання практичних завдань.

Політика та контроль

7. Політика навчальної дисципліни (освітнього компонента)

Дотримання академічної доброчесності є фундаментальною вимогою до всіх учасників навчального процесу в рамках курсу "Бенчмаркінгові стратегії розвитку гуманітарних проєктів".

- **Самостійність виконання завдань:** Усі письмові роботи, що подаються на оцінювання (есе, аналіз кейсів, курсовий проєкт, МКР, іспит), мають бути результатом самостійної роботи студента або, у випадку групових завдань, колективної роботи членів відповідної групи. Плагіат, фабрикація даних, списування та будь-які інші форми недоброчесної поведінки є неприпустимими.
- **Правила цитування:** Будь-яке використання зовнішніх джерел (книг, статей, веб-сайтів, звітів) має бути належним чином оформлене у вигляді посилань та списку використаної літератури відповідно до одного з міжнародних стилів цитування (наприклад, APA 7th ed.).

- **Відповідальність за порушення:** Виявлення плагіату або іншого порушення академічної доброчесності призведе до анулювання оцінки за відповідне завдання (оцінка "0"). У випадку грубих або систематичних порушень питання може бути винесене на розгляд відповідної комісії факультету.
- **Відвідування та активність:** Очікується, що студенти відвідуватимуть усі лекційні та семінарські заняття. Активна, підготовлена участь у дискусіях, групових вправах та аналізі кейсів є важливою складовою навчального процесу і безпосередньо впливає на підсумкову оцінку.
- **Порядок оскарження оцінок:** Студент, незгодний з отриманою оцінкою, має право подати письмову апеляцію на ім'я викладача протягом трьох робочих днів після оголошення результатів. Апеляція повинна містити чітке обґрунтування причин незгоди. Викладач розглядає апеляцію та надає письмову відповідь протягом п'яти робочих днів.

Неформальна\інформальна освіта

Валідація результатів навчання, набутих у неформальній/інформальній освіті здобувачами регламентується Положенням про визнання в КПІ ім. Ігоря Сікорського результатів навчання, набутих у неформальній/інформальній освіті (<https://tinyurl.com/2647p985>)

•

8. Види контролю та рейтингова система оцінювання результатів навчання (PCO)

Рейтинг студента з навчальної дисципліни складається з балів, які студент отримує за:

- роботи на 17 семінарських заняттях (курсний проєкт окремо не оцінюється);
- виконання модульної контрольної роботи (МКР).

Система рейтингових (вагових) балів та критерії оцінювання:

1. Роботи на 17 семінарських заняттях.

Максимальна кількість балів за 1 семінарське заняття – 5 балів.

Критерії оцінювання відповідей:

- повна відповідь на одне з питань семінару, вільне володіння матеріалом з теми – 5 балів;
- відповідь на одне з питань семінару, часткове володіння матеріалом – 4 балів;
- неповна відповідь на одне з питань семінару – 1-3 балів.

Максимальна кількість балів за всі семінарські заняття – **85 балів**.

2. Виконання модульної контрольної роботи (МКР), яка складається з 2 питань.

Максимальна кількість балів за 1 питання МКР – 7,5 балів.

Критерії оцінювання відповідей:

- повна відповідь на питання (не менше за 90% потрібної інформації) – 7,5 балів;
- достатня відповідь на питання (не менше за 75% потрібної інформації) – 7 балів;
- неповна відповідь на питання (не менше за 60% потрібної інформації) – 6-6,5 балів.

Максимальна кількість балів за МКР – **15 балів**.

Залік

Необхідною умовою допуску до заліку є виконання МКР та наявність рейтингу не менше 40 балів. Якщо сума набраних протягом семестру рейтингових балів більше 60, то здобувач освіти отримує залік автоматом без додаткових випробувань. Здобувачі освіти, які виконали умови допуску до заліку, тобто набрали від 40 до 59 рейтингових балів, або мають бажання підвищити свій результат – складають залік.

Залікова робота складається з двох питань та оцінюється в 100 балів. Максимальна кількість балів за 1 питання складає 50 балів.

Критерії оцінювання на заліку:

- повна відповідь (не менше за 90% потрібної інформації): 50 балів;
- достатньо повна відповідь (не менше за 75% потрібної інформації): 30–39 балів;
- неповна відповідь (не менше за 60% потрібної інформації): 0–29 балів.

Для виставлення оцінок до заліково-екзаменаційної відомості **R_D** переводяться у оцінки за університетською шкалою:

<i>RD</i>	Оцінка ECTS
95–100	Відмінно
85–94	Дуже добре
75–84	Добре
65–74	Задовільно
60–64	Достатньо
<i>RD</i> < 60	Незадовільно

8.3 Підсумкова оцінка та шкала оцінювання

Поточний контроль: робота на семінарських заняттях у вигляді проблемних дискусій між студентами з основних питань курсу, з акцентуванням на узагальненні наукової інформації, формулюванні власної позиції та оцінки викладеного. Всі види роботи мають визначені терміни виконання.

Календарний контроль: проводиться двічі за семестр як моніторинг поточного стану виконання вимог силабусу. Є два можливих результати календарного контролю: атестований (а) та неатестований (н/а). Результат залежить від кількості набраних балів на момент проведення календарного контролю відповідно до вимог КПП ім. Ігоря Сікорського.

Критерій		Перша атестація	Друга атестація
Термін атестації		7-ий тиждень	13-ий тиждень
Умови отримання атестації	Поточний рейтинг	≥ 9 балів	≥ 18 балів

Семестровий контроль: Підсумкова оцінка формується на основі суми балів, отриманих за семінарські заняття та модульні контрольні роботи:

Студенти, які набрали менше 60 балів за підсумками семестру, повинні скласти залікову контрольну роботу. Усі інші студенти отримують оцінку відповідно до досягнутої кількості балів.

Кількість балів	Оцінка
100-95	Відмінно
94-85	Дуже добре
84-75	Добре
74-65	Задовільно
64-60	Достатньо
Менше 60	Незадовільно
Не виконані умови допуску	Не допущено

Студенти, які набрали менше від 40 до 59 балів за підсумками семестру, мають право отримати додаткові завдання на допрацювання до необхідного мінімуму. Усі інші студенти отримують оцінку відповідно до досягнутої кількості балів.

9. Додаткова інформація з дисципліни (освітнього компонента)

Перелік питань до заліку

1. Дайте визначення бенчмаркінгу. Охарактеризуйте його еволюцію та поясніть, як змінюються цілі бенчмаркінгу при переході від комерційного до гуманітарного сектору.
2. Розкрийте зміст чотирьох основних гуманітарних принципів та поясніть їхній вплив на процес бенчмаркінгу.
3. Що таке "Основний гуманітарний стандарт" (CHS)? Назвіть та коротко охарактеризуйте його дев'ять зобов'язань.

4. Як дев'ять зобов'язань CHS можуть бути використані як основа для розробки критеріїв у бенчмаркінговому дослідженні? Наведіть приклад.
5. Що таке Довідник "Сфера" (Sphere Handbook) та яка його структура? Поясніть, як технічні стандарти "Сфери" можуть слугувати еталонами для порівняння.
6. Порівняйте внутрішній та зовнішній (конкурентний) бенчмаркінг. Наведіть приклади ситуацій, коли кожен з цих типів є найбільш доречним для гуманітарної організації.
7. Охарактеризуйте функціональний та загальний (generic) бенчмаркінг. Чому ці типи можуть бути особливо корисними для стимулювання інновацій в НУО?
8. Опишіть основні етапи планування бенчмаркінгового дослідження.
9. Які критерії слід використовувати при виборі організацій-партнерів (peers) для порівняльного аналізу в гуманітарному секторі?
10. Розкрийте поняття "підзвітність перед постраждалим населенням" (Accountability to Affected Populations) та поясніть роль бенчмаркінгу у її забезпеченні.
11. Що таке ключові показники ефективності (KPIs)? Наведіть приклади KPIs для різних рівнів логіко-структурної матриці проєкту (inputs, activities, outputs, outcomes, impact).
12. Які ключові показники ефективності (KPIs) ви б запропонували для бенчмаркінгу проєкту з надання психосоціальної підтримки внутрішньо переміщеним особам? Обґрунтуйте свій вибір.
13. Які специфічні фінансові показники (наприклад, ефективність фандрайзингу, адміністративні витрати) доцільно використовувати для бенчмаркінгу НУО?
14. Опишіть основні кількісні методи збору даних, що застосовуються в бенчмаркінгу.
15. Опишіть основні якісні методи збору даних та їхню роль у розумінні контексту та причин відмінностей у показниках.
16. Що таке "аналіз розривів" (gap analysis) і як він проводиться?
17. Опишіть етичні виклики, пов'язані зі збором даних для бенчмаркінгу в кризових умовах, та запропонуйте механізми їх мінімізації.
18. Як забезпечити принцип "не нашкодь" (Do No Harm) під час проведення бенчмаркінгового дослідження?
19. Які основні кроки включає процес імплементації результатів бенчмаркінгу в організації?
20. Які бар'єри та форми опору змінам можуть виникнути при впровадженні рекомендацій бенчмаркінгу та як їх подолати?
21. Як пов'язані бенчмаркінг та організаційна культура безперервного навчання та вдосконалення?
22. Поясніть, як результати бенчмаркінгу можуть бути використані для розробки стратегії фандрайзингу та комунікації з донорами.
23. Проаналізуйте кейс застосування стандартів "Сфера" при ліквідації наслідків стихійного лиха. Які сильні та слабкі сторони такого підходу?
24. Яку роль відіграє лідерство в успішному впровадженні бенчмаркінгових ініціатив?
25. Опишіть, як технології (наприклад, платформи для збору даних, інструменти візуалізації) можуть підвищити ефективність бенчмаркінгу в гуманітарному секторі.
26. Що таке партисипативні методи в бенчмаркінгу? Чому залучення бенефіціарів до процесу є важливим з етичної та практичної точки зору?

27. Розкрийте поняття "результативність" (effectiveness) та "ефективність" (efficiency) в контексті гуманітарних проєктів. Як бенчмаркінг допомагає оцінити обидва аспекти?
28. Які основні ризики пов'язані з проведенням бенчмаркінгового дослідження?
29. Як можна використовувати результати внутрішнього бенчмаркінгу для стандартизації процесів у великій міжнародній НУО з багатьма філіями?
30. Які майбутні тенденції ви бачите у розвитку бенчмаркінгу в гуманітарній сфері?

Робочу програму навчальної дисципліни (силабус):

Складено доцент кафедри історії, к. і. н., доцент ПЕРГА Юрій Миколайович

Ухвалено кафедрою історії (протокол № 1 від 28 серпня 2024 р.)

Погоджено Методичною комісією ФСП (протокол № 1 від 29 серпня 2024 р.)