

## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ПРОМИСЛОВИЙ МАРКЕТИНГ»

<b>Лектор курсу</b>			Дрокіна Ніна Іванівна, доктор економічних наук, доцент кафедри маркетингу		<b>Контактна інформація лектора (e-mail), сторінка курсу в Moodle</b>		e-mail: <a href="mailto:marketing_dut@ukr.net">marketing_dut@ukr.net</a> ; сторінка курсу в Moodle – <a href="http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=2313">http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id=2313</a>	
<b>Галузь знань</b>			07 «Управління та адміністрування»		<b>Рівень вищої освіти</b>		бакалавр	
<b>Спеціальність</b>			075 «Маркетинг»		<b>Семестр</b>		8	
<b>Освітня програма</b>			«Маркетинг»		<b>Тип дисципліни</b>		вибіркова	
<b>Обсяг:</b>	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:					
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка	
	5	150	26	-	36	-	90	

### АНОТАЦІЯ КУРСУ

#### Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	«Маркетинг», «Сучасні види маркетингу», «Маркетингові дослідження і бізнес-аналітика»
Освітні компоненти для яких є базовою	«Основи реклами»

**Мета курсу:** формування у студентів компетентостей щодо організації ефективного маркетингу промислового підприємства

#### Компетентності відповідно до освітньої програми

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)	Hard-skills / Спеціальні компетентності (СК)
ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК 7. Здатність застосовувати професійні знання у практичних ситуаціях, уміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, приймати обґрунтовані рішення.	ПП 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими ПП11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. ПП14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності. ПП17. Здатність до розробки програм управління товарною, ціновою, збутовою та комунікаційною політикою.

#### Програмні результати навчання (ПРН)

ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.  
ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.  
ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.  
ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

### ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми	Вид заняття	Оцінюван- ня за тему	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
-----------------	----------------	-------------------------	---

**Розділ 1. Теоретичні засади реалізації маркетингової діяльності на промисловому підприємстві.**

<p>Тема 1. Сутність, завдання і тенденції розвитку промислового маркетингу  <b>Знати:</b> сутність і передумови розвитку промислового маркетингу; принципи і завдання промислового маркетингу; концепції промислового маркетингу.  <b>Вміти:</b> застосовувати принципи і концепції промислового маркетингу.  <b>Формування компетенцій:</b> ЗК 6, ЗК 7; ГП 4, ПП 11, ПП 14, ПП 17  <b>Результати навчання:</b> ПРН 1, ПРН 3, ПРН 4, ПРН 8  <b>Рекомендовані джерела:</b> 1-12</p>	Лекція 1	5,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 1		Усне опитування, тестування, навчальна дискусія, обговорення ситуаційного завдання
<p>Тема 2. Стратегії промислового маркетингу  <b>Знати:</b> основи стратегічно орієнтованого маркетингу підприємства на промислових ринках; конкурентні стратегії промислового маркетингу  <b>Вміти:</b> здійснювати адаптацію маркетингових стратегій до особливостей динаміки ринку; розробляти стратегію реалізації на промисловому ринку  <b>Формування компетенцій:</b> ЗК 6, ЗК 7; ГП 4, ПП 11, ПП 14, ПП 17  <b>Результати навчання:</b> ПРН 1, ПРН 3, ПРН 4, ПРН 8  <b>Рекомендовані джерела:</b> 1-12</p>	Лекція 2	5,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 2		Усне опитування, тестування, тематична дискусія, вирішення практичних задач.
	Практичне заняття 3		Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
<p>Тема 3. Ринки промислових товарів та особливості маркетингової діяльності.  <b>Знати:</b> промислове підприємство як суб'єкт промислового ринку; структуру та учасників промислового ринку; процес товаропостачання на промисловому ринку  <b>Вміти:</b> проводити сегментацію промислового ринку і здійснювати процес вибору цільового сегменту на промисловому ринку  <b>Формування компетенцій:</b> ЗК 6, ЗК 7; ГП 4, ПП 11, ПП 14, ПП 17  <b>Результати навчання:</b> ПРН 1, ПРН 3, ПРН 4, ПРН 8  <b>Рекомендовані джерела:</b> 1-12</p>	Лекція 3	5,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 4		Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни, вирішення практичних задач.
	Практичне заняття 5		Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією результатів виконання індивідуального завдання, вирішення практичних задач.
<p>Тема 4. Кон'юнктура ринку промислової продукції  <b>Знати:</b> попит і пропозиція на ринку промислової продукції; моделі поведінки організації-споживача.  <b>Вміти:</b> моделювати поведінку споживачів на промисловому ринку  <b>Формування компетенцій:</b> ЗК 6, ЗК 7; ГП 4, ПП 11, ПП 14, ПП 17  <b>Результати навчання:</b> ПРН 1, ПРН 3, ПРН 4, ПРН 8  <b>Рекомендовані джерела:</b> 1-12</p>	Лекція 4	5,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 6		Усне опитування, тестування, тематична дискусія, вирішення практичних задач.
	Лекція 5		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 7		Усне опитування, тестування, тематична дискусія, вирішення практичних задач, тестування.
<p>Тема 5. Формування та дослідження попиту на промислові товари  <b>Знати:</b> особливості попиту на промислові товари; фактори впливу на</p>	Лекція 6	5,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів

<p>попит організацій-споживачів. мотиви попиту  <b>Вміти:</b> розробляти конкурентні маркетингові програми для підприємства, яке функціонує на промисловому ринку  <b>Формування компетенцій:</b> ЗК 6, ЗК 7; ПП 4, ПП 11, ПП 14, ПП 17  <b>Результати навчання:</b> ПРН 1, ПРН 3, ПРН 4, ПРН 8  <b>Рекомендовані джерела:</b> 1-12</p>	Практичне заняття 8		Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією результатів виконання індивідуального завдання, вирішення практичних задач.
	Практичне заняття 9		Проведення модульного контролю №1 <b>Теоретичні засади реалізації маркетингової діяльності на промисловому підприємстві</b>
<p>Тема 1. Сутність, завдання і тенденції розвитку промислового маркетингу  Тема 2. Стратегії промислового маркетингу  Тема 3. Ринки промислових товарів та особливості маркетингової діяльності.  Тема 4. Кон'юнктура ринку промислової продукції  Тема 5. Формування та дослідження попиту на промислові товари</p>	Самостійна робота	1-5	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сутність та основні поняття промислового маркетингу;</li> <li>2. Особливості та характеристики продукції, виробленої і реалізованої на промисловому ринку;</li> <li>3. Основні маркетингові принципи та інструментарій промислового маркетингу;</li> <li>4. Специфіка проведення маркетингових досліджень на промисловому ринку;</li> <li>5. Процес сегментації та позиціонування товарів на промисловому ринку;</li> <li>6. Особливості конкурентного середовища промислового ринку;</li> <li>7. Процес закупівлі і поведінки покупців ППТН</li> </ol>
<b>Розділ 2. Комплекс маркетингу на промисловому підприємстві. Аналіз ефективності маркетингової діяльності</b>			
<p>Тема 6. Товари виробничого призначення і маркетингова товарна політика  <b>Знати:</b> сутність і класифікація товарів виробничого призначення; передумови створення і освоєння нових товарів виробничого призначення; сутність якості промислової продукції і фактори, що впливають на неї;  <b>Вміти:</b> формувати товарну політику, оптимізувати товарний асортимент підприємства на промисловому ринку;  <b>Формування компетенцій:</b> ЗК 6, ЗК 7; ПП 4, ПП 11, ПП 14, ПП 17  <b>Результати навчання:</b> ПРН 1, ПРН 3, ПРН 4, ПРН 8  <b>Рекомендовані джерела:</b> 1-12</p>	Лекція 7		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 10	5,5*	Усне опитування, вирішення задач, доповідь-презентація за тематикою самостійного вивчення дисципліни
<p>Тема 7. Суть, фактори та етапи ціноутворення на промисловому ринку  <b>Знати:</b> політика і методи ціноутворення на промисловому ринку; основні цінові стратегії промислових підприємств.  <b>Вміти:</b> розробляти цінову політику і формувати ціну на товари промислового ринку  <b>Формування компетенцій:</b> ЗК 6, ЗК 7; ПП 4, ПП 11, ПП 14, ПП 17  <b>Результати навчання:</b> ПРН 1, ПРН 3, ПРН 4, ПРН 8  <b>Рекомендовані джерела:</b> 1-12</p>	Лекція 8	5,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 11		Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	Лекція 9	5,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 12		Усне опитування, навчальна дискусія, вирішення практичних задач.
	Практичне заняття 13		Усне опитування, навчальна дискусія, ділова гра
<p>Тема 8. Управління розподілом та збутом готової продукції  <b>Знати:</b> сутність, функції і типи каналів розподілу товарів виробничого призначення; класифікацію і характеристику посередників промислового ринку; маркетингову політику розподілу товарів виробничого призначення  <b>Вміти:</b> систему промислового збуту і руху товару</p>	Лекція 10	5,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 14		Усне опитування, навчальна дискусія, вирішення практичних задач, тестування.

<p><b>Формування компетенцій:</b> ЗК 6, ЗК 7; ПП 4, ПП 11, ПП 14, ПП 17</p> <p><b>Результати навчання:</b> ПРН 1, ПРН 3, ПРН 4, ПРН 8</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> 1-12</p>			
<p>Тема 9. <b>Комунікаційна політика промислового підприємства.</b></p> <p><b>Знати:</b> суть, види і етапи просування промислових товарів на ринок; особливості стимулювання збуту товарів виробничого призначення; особистий продаж товарів виробничого призначення</p> <p><b>Вміти:</b> формувати комунікаційну політику підприємства промислового ринку</p> <p><b>Формування компетенцій:</b> ЗК 6, ЗК 7; ПП 4, ПП 11, ПП 14, ПП 17</p> <p><b>Результати навчання:</b> ПРН 1, ПРН 3, ПРН 4, ПРН 8</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> 1-12</p>	<p><b>Лекція 11</b></p> <p>Практичне заняття 15</p> <p><b>Лекція 12</b></p> <p>Практичне заняття 16</p>	5,5*	<p>Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів</p> <p>Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни</p> <p>Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів</p> <p>Усне опитування, навчальна дискусія, вирішення практичних задач, тестування</p>
<p>Тема 10. <b>Контроль, аналіз та ефективність маркетингової діяльності</b></p> <p><b>Знати:</b> специфіку контролю, аналізу та ефективності маркетингової діяльності на промислових ринках</p> <p><b>Вміти:</b> здійснювати планування і контроль в маркетинговій діяльності підприємства на промисловому ринку</p> <p><b>Формування компетенцій:</b> ЗК 6, ЗК 7; ПП 4, ПП 11, ПП 14, ПП 17</p> <p><b>Результати навчання:</b> ПРН 1, ПРН 3, ПРН 4, ПРН 8</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> 1-12</p>	<p><b>Лекція 13</b></p> <p>Практичне заняття 17</p> <p>Практичне заняття 18</p>	5,5*	<p>Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів</p> <p>Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни, вирішення практичних задач, тестування</p> <p>Проведення модульного контролю №2 <b>Комплекс маркетингу на промисловому підприємстві. Аналіз ефективності маркетингової діяльності</b></p>
<p>Тема 6. <b>Товари виробничого призначення і маркетингова товарна політика</b></p> <p>Тема 7. <b>Суть, фактори та етапи ціноутворення на промисловому ринку</b></p> <p>Тема 8. <b>Управління розподілом та збутом готової продукції</b></p> <p>Тема 9. <b>Комунікаційна політика промислового підприємства</b></p> <p>Тема 10. <b>Контроль, аналіз та ефективність маркетингової діяльності</b></p>	Самостійна робота	5-9	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основні методи ціноутворення на промисловому підприємстві;</li> <li>2. Товарна функція промислового підприємства;</li> <li>3. Методика персонального продажу на промисловому ринку;</li> <li>4. Сутність матеріально-технічного постачання;</li> <li>5. Процес доставки товарів на промисловому підприємстві;</li> <li>6. Політика інновацій на промисловому підприємстві</li> </ol>

### МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

- Комп'ютери с програмним забезпеченням для виконання практичних робіт: Googledocs, Googleanalytics, GoogleTrends – проведення та оцінка маркетингових досліджень; HohliBuilder, GoogleCharts, Vizualize-онлайн сервіси для створення інфографіки; Microsoft PowerPoint – візуалізація даних Microsoft Power BI – аналітика та візуалізація даних;
- Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран;
- Система дистанційного навчання і контролю Moodle – <http://dl.dut.edu.ua>

### ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Виноградова О. В. Сучасні види маркетингу. Навчальний посібник. – Київ: ДУТ, 2019. – 262 с. <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/743/view/1703>
2. Плахотнікова Л.О. Маркетинг: практикум. Частина II. Навчальний посібник. – Київ: ДУТ, 2019. – 108 с. [http://www.dut.edu.ua/uploads/1\\_1707\\_97507936.pdf](http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1707_97507936.pdf)
3. Петруня Ю. Є. Маркетинг : навчальний посібник / Ю. Є. Петруня, В. Ю. Петруня. – 3-тє вид., переробл. і доповн. – Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2016. – 362 с.- [http://www.dut.edu.ua/uploads/1\\_1656\\_31348223.pdf](http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1656_31348223.pdf)
4. Дрокіна Н.І. Моделі інбаунд та аутбаунд Інтернет-маркетингу підприємства. Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції. 2018. №31. <https://bit.ly/3gLWPrz>
5. Дрокіна Н.І., Виноградова О.В. Використання омніканальної збутової стратегії в Інтернет-маркетингу. *International Scientific-Practical Conference Global marketing: analysis and challenges of our time*: Conference Proceedings. (Batumi, May 16-17th, 2019). Batumi, Georgia, 2019. P.4-8. URL: <https://bit.ly/3frNHHL>

6. Дрокіна Н.І. Конкурентний аналіз Інтернет-маркетингу підприємства. Проблеми системного підходу в економіці (Національний авіаційний університет). Випуск 4(72) 2019. Ч.2 <http://psae-jml.nau.in.ua/> (Index Copernicus, Google Scholar, CiteFactor, OAJSE, Eurasian Scientific Journal Index).
7. Дрокіна Н.І. Методичні підходи до КРІ внутрішнього бенчмаркінгу Інтернет-маркетингу підприємства. Вісник Одеського національного університету. Економіка. Том 24. Випуск 3(76). 2019 <https://bit.ly/3fiFEgO> (Index Copernicus: Indexed in the ICI Journal Master List).
8. Дрокіна Н.І. Методологічний інструментарій інтегрованого Інтернет-маркетингу підприємств. Науковий журнал «Причорноморські економічні студії». Одеса, 2019. №40. URL: <https://bit.ly/3d2MRjn> Входить до реф. науком. БД Index Copernicus: Indexed in the ICI Journal Master List
9. Дрокіна Н.І. Пошуковий бенчмаркінг Інтернет-маркетингу підприємств телекомунікацій. Науковий вісник Полісся. 2019. № 1 (17). URL: <https://bit.ly/2Ze79m8>
10. Vynogradova O., Drocina N.S., Structure of an Integrated internet marketing complex based on marketing-mix concept . Acta Sci. Pol.Oeconomia 19 (3) 2020, 117–126
11. Виноградова О.В., Дрокіна Н.І., Либа К.Д. Сутність інновацій в маркетинговій діяльності телекомунікаційних підприємств, - 2020. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Випуск 7(87)/2020 Web-адреса публікації: <https://bit.ly/3fzy6Gt>
12. Євтушенко Н.О., Дрокіна Н.І., Савенко Н.В. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства: теоретичний аспект. «Економічний простір»: Збірник наукових праць, Дніпро : ПДАБА, 2020. №156. Входить до реф. науком. БД Index Copernicus та ScholarGoogle. <http://www.eprostir.dp.ua/>

### **ПОЛІТИКА КУРСУ («ПРАВИЛА ГРИ»)**

- Курс передбачає роботу в колективі.
- Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.
- Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу.
- Самостійна робота включає в себе теоретичне вивчення питань, що стосуються тем лекційних занять, які не ввійшли в теоретичний курс, або ж були розглянуті коротко, їх поглиблена проробка за рекомендованою літературою.
- Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.
- Якщо студент відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.
- Під час роботи над завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності: при використанні Інтернет ресурсів та інших джерел інформації студент повинен вказати джерело, використане в ході виконання завдання. У разі виявлення факту плагіату студент отримує за завдання 0 балів.
- Студент, який спізнився, вважається таким, що пропустив заняття з неповажної причини з виставленням 0 балів за заняття, і при цьому має право бути присутнім на занятті.
- За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни студент видаляється з заняття, за заняття отримує 0 балів.

### **КРИТЕРІЙ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ**

Умовою допуску до підсумкового контролю є набрання студентом 30 балів у сукупності за всіма темами дисципліни

Форми контролю	Види навчальної роботи	Оцінювання
<b>ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ</b>	<b>Робота на заняттях, у т.ч.:</b>	
	• присутність на заняттях (при пропусках занять з поважних причин допускається відпрацювання пройденого матеріалу)	за кожне відвідування 0,55 бала
	• участь у експрес-опитуванні	за кожну правильну відповідь 0,25 бала
	• доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни (оцінка залежить від повноти розкриття теми, якості інформації, самостійності та креативності матеріалу, якості презентації і доповіді), підготовка реферату	за кожну презентацію (реферат) максимум 3 бали
	• усне опитування, тестування, рішення практичних задач	за кожну правильну відповідь 0,5 бала
	• участь у навчальній дискусії, обговоренні ситуаційного завдання	за кожну правильну відповідь 2 бали
	• участь у діловій грі	за кожну участь 1 бал
<b>РУБІЖНЕ ОЦІНЮВАННЯ (МОДУЛЬНИЙ</b>	Модульний контроль № 1 «Теоретичні засади реалізації маркетингової діяльності на промисловому підприємстві»	максимальна оцінка – 15 балів
	Модульний контроль № 2 «Комплекс маркетингу на промисловому підприємстві. Аналіз ефективності маркетингової діяльності»	максимальна оцінка – 15 балів

<b>КОНТРОЛЬ)</b>			
<b>Додаткова оцінка</b>	Участь у наукових конференціях, підготовка наукових публікацій, участь у Всеукраїнських та Міжнародних конкурсах наукових студентських робіт за спеціальністю, створення кейсів тощо.	Звільняється від іспиту	
<b>ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ іспит</b>	Метою іспиту є контроль сформованості практичних навичок та професійних компетентностей, необхідних для виконання професійних обов'язків. Залік проходить у письмовій формі.	30 балів	
<b>бали</b>	<b>Критерії оцінювання</b>	<b>Рівень компетентності</b>	
<b>90-100</b>	Студент демонструє повні й міцні знання навчального матеріалу в обсязі, що відповідає робочій програмі дисципліни, правильно й обгрунтовано приймає необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях. Вміє реалізувати теоретичні положення дисципліни в практичних розрахунках, аналізувати та співставляти дані об'єктів діяльності фахівця на основі набутих з даної та суміжних дисциплін знань та умінь. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно вкочатись в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються. Зменшення 100-бальної оцінки може бути пов'язане з недостатнім розкриттям питань, що стосується дисципліни, яка вивчається, але виходить за рамки об'єму матеріалу, передбаченого робочою програмою, або студент проявляє невпевненість в тлумаченні теоретичних положень чи складних практичних завдань.	<b>Високий</b> Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в робочій програмі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.	Відмінно / Зараховано (А)
<b>82-89</b>	Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає робочій програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, дає вичерпні пояснення.	<b>Достатній</b> Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни	Добре / Зараховано (В)
<b>75-81</b>	Студент в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає робочій програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати при вирішенні типових практичних завдань, але допускає окремі неточності. Вміє пояснити основні положення виконаних завдань та дати правильні відповіді при зміні результату при заданій зміні вихідних параметрів. Помилки у відповідях/ рішеннях/ розрахунках не є системними. Знає характеристики основних положень, що мають визначальне значення при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, в межах дисципліни, що вивчається.	<b>Достатній</b> Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	Добре / Зараховано (С)
<b>64-74</b>	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений робочою програмою дисципліни, та розуміє постанову стандартних практичних завдань, має пропозиції щодо напрямку їх вирішень. Розуміє основні положення, що є визначальними в курсі, може вирішувати подібні завдання тим, що розглядалися з викладачем, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усувати за допомогою викладача.	<b>Середній</b> Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни	Задовільно / Зараховано (D)
<b>60-63</b>	Студент має певні знання, передбачені в робочій програмі дисципліни, володіє основними положеннями, що вивчаються на рівні, який визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень, студент з труднощами пояснює правила вирішення практичних/розрахункових завдань дисципліни. Виконання практичних / індивідуальних / контрольних завдань значно формалізовано: є відповідність алгоритму, але відсутнє глибоке розуміння роботи та взаємозв'язків з іншими дисциплінами.	<b>Середній</b> Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни	Задовільно / Зараховано (Е)
<b>35-59</b>	Студент може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що програму навчальної дисципліни студент виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є невірними, необгрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у студента відсутня.	<b>Низький</b> Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни	Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не зараховано (FХ) В залікову книжку не представляється
<b>1-34</b>	Студент повністю не виконав вимог робочої програми навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Студент не допущений до здачі заліку.	<b>Незадовільний</b> Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням/ Не допущений (F) В залікову книжку не представляється