

# СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ЕТИКА ТА ЕСТЕТИКА МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ»

<b>Лектор курсу</b>			Дарчук Вероніка Геннадіївна, кандидат 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/category.php?id">http://dl.dut.edu.ua/course/category.php?id</a>	
<b>Галузь знань</b>			073 «Управління та адміністрування»		<b>Рівень вищої освіти</b>		магістр	
<b>Спеціальність</b>			075 «Маркетинг»		<b>Семестр</b>		10	
<b>Освітня програма</b>			«Маркетинг»		<b>Тип дисципліни</b>		Вибіркова	
<b>Обсяг:</b>	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:					
	5	120	Лекцій 18	Семінарських занять -	Практичних занять 24	Лабораторних занять -	Самостійна підготовка 108	

## АНОТАЦІЯ КУРСУ

### Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	Аналіз і планування маркетингової діяльності, Оцінка ефективності маркетингових рішень
Освітні компоненти для яких є базовою	Переддипломна практика. Кваліфікаційна робота магістра.

<b>Мета курсу:</b>	ознайомити здобувачів із сучасними поглядами щодо діджитал-технологій в управлінні маркетингом, а також теорії, методології і прикладного інструментарію цифрової трансформації маркетингу та здійснення на цій основі аналітичної, дослідницької та наукової діяльності.
--------------------	---

### Компетентності відповідно до освітньої програми

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)	Hard-skills / Спеціальні компетентності (СК)
ЗК4. Здатність до адаптації та дій в складних та непередбачуваних ситуаціях. ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії, спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня, вести переговори. ЗК7. Здатність до ініціативності, відповідальності та підприємливості	ПП 9. Здатність приймати обґрунтовані кросс-культурні маркетингові рішення, дотримуватись етичних норм по відношенню до суб'єктів маркетингу.

### Програмні результати навчання (ПРН)

ПРН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.
ПРН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації .
ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу .
ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку .

## ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми	Вид заняття	Оцінюван ня за тему	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
<b>Розділ 1. Основні концепції етики</b>			
<b>Тема 1. Загальні поняття етики в маркетингу</b> <b>Знати:</b> основні поняття моралі та етики, категорій етики, різноманітність видів етичних систем організаційних аспектах; <b>Вміти:</b> визначати чинники, що формують і змінюють етичні норми поведінки	Лекція 1	5,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 1		Усне опитування, навчальна дискусія «Основні поняття моралі та етики»
	Лекція 2		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів

особистості; <b>Формування компетенцій:</b> ЗК 4, ЗК5, ЗК7,ПП9 <b>Результати навчання:</b> ПРН 1, ПРН4, ПРН8, ПРН14 <b>Рекомендовані джерела:</b> 1-5	Практичне заняття 2		Усне опитування, тестування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
<b>Тема 2. Моделі етики та етикету</b> <b>Знати:</b> значення і місце етики та етикету в системі факторів поведінки людей і його оцінки; <b>Вміти:</b> визначати чинники, що формують і змінюють етичні норми поведінки особистості; <b>Формування компетенцій:</b> ЗК 4, ЗК5, ЗК7,ПП9 <b>Результати навчання:</b> ПРН 1, ПРН4, ПРН8, ПРН14 <b>Рекомендовані джерела:</b> 1-5	Лекція 3	5,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 3		Усне опитування, тестування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	Лекція 4		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 4		Усне опитування. Тренінг: «Значення і місце етики та етикету в системі факторів поведінки людей і його оцінки»
<b>Тема 3. Управління етикою і соціальною відповідальністю маркетингу</b> <b>Знати:</b> правові та економічні підстави соціальної відповідальності бізнес-організацій; <b>Вміти:</b> визначати стратегію маркетингової комунікації з урахуванням специфіки етичної системи кожної зі сторін; <b>Формування компетенцій:</b> ЗК 4, ЗК5, ЗК7,ПП9 <b>Результати навчання:</b> ПРН 1, ПРН4, ПРН8, ПРН14 <b>Рекомендовані джерела:</b> 1-5	Лекція 5	5,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 5		Усне опитування, Ділова гра «Визначати стратегію маркетингової комунікації з урахуванням специфіки етичної системи кожної зі сторін»
	Лекція 6		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 6		Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
<b>Тема 4. Етика в брендінгу</b> <b>Знати:</b> значення і місце етики та етикету в системі факторів поведінки людей і його оцінки; <b>Вміти:</b> визначати стратегію маркетингової комунікації з урахуванням специфіки етичної системи кожної зі сторін; <b>Формування компетенцій:</b> ЗК 4, ЗК5, ЗК7,ПП9 <b>Результати навчання:</b> ПРН 1, ПРН4, ПРН8, ПРН14 <b>Рекомендовані джерела:</b> 1-5	Лекція 7	5,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 7		Усне опитування, Навчальна дискусія: «Значення і місце етики та етикету в системі факторів поведінки людей і його оцінки»
	Лекція 8		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 8		Модульний контроль №1 Основні концепції етики
Тема 1. Загальні поняття етики в маркетингу Тема 2. Моделі етики та етикету Тема 3. Управління етикою і соціальною відповідальністю маркетингу Тема 4. Етика в брендінгу	Самостійна робота		1. У чому полягає сутність брендінгу? 2. Яким є основні відмінності між брендом і торговою маркою? 3. Які основні елементи формують фірмовий стиль? 4. Якими є основні категорійні ознаки бренду? 5. Які вам відомі різновиди бренду?
<b>Розділ 2. Показник діяльності етики в сучасних умовах розвитку організації</b>			
<b>Тема 5. Імідж організації</b> <b>Знати:</b> етику підприємництва, професійну етику, управлінську етику та інші види ділової етики; <b>Вміти:</b> розробляти етичні кодекси організацій <b>Формування компетенцій:</b> ЗК 4, ЗК5, ЗК7,ПП9 <b>Результати навчання:</b> ПРН 1, ПРН4, ПРН8, ПРН14 <b>Рекомендовані джерела:</b> 1-5	Лекція 9	5,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 9		Усне опитування, Навчальна дискусія: «Розробка етичних кодексів організацій»
	Лекція 10		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 10		Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
<b>Тема 6. Образи організації</b>	Лекція 11	5,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів

<u><b>Знати:</b></u> етику підприємництва, професійну етику, управлінську етику та інші види ділової етики; <u><b>Вміти:</b></u> знаходити інформацію про організацію та її соціальної відповідальності <u><b>Формування компетенцій:</b></u> ЗК 4, ЗК5, ЗК7, ПП9 <u><b>Результати навчання:</b></u> ПРН 1, ПРН4, ПРН8, ПРН14 <u><b>Рекомендовані джерела:</b></u> 1-5	Практичне заняття 11	5,5*	Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	Лекція 12		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
<b>Тема 7. Етичний кодекс підприємця.</b> <u><b>Знати:</b></u> етику підприємництва, професійну етику, управлінську етику та інші види ділової етики; <u><b>Вміти:</b></u> розробляти етичні кодекси організацій; <u><b>Формування компетенцій:</b></u> ЗК 4, ЗК5, ЗК7, ПП9 <u><b>Результати навчання:</b></u> ПРН 1, ПРН4, ПРН8, ПРН14 <u><b>Рекомендовані джерела:</b></u> 1-5	Практичне заняття 12	5,5*	Усне опитування, Тренінг «Знаходження інформації про організацію та її соціальну відповідальність»
	Лекція 13		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 13		Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	Лекція 14		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
<b>Тема 8. Організація, планування та контроль маркетингової діяльності.</b> <u><b>Знати:</b></u> етику підприємництва, професійну етику, управлінську етику та інші види ділової етики; <u><b>Вміти:</b></u> знаходити інформацію про організацію та її соціальної відповідальності; <u><b>Формування компетенцій:</b></u> ЗК 4, ЗК5, ЗК7, ПП9 <u><b>Результати навчання:</b></u> ПРН 1, ПРН4, ПРН8, ПРН14 <u><b>Рекомендовані джерела:</b></u> 1-5	Практичне заняття 14	5,5*	Усне опитування, тестування. Практичне заняття: розробити етичні кодекси організацій;
	Лекція 15		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 15		Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни Практичне заняття: використання інтелектуального аналізу даних в бізнес-аналітиці маркетингу на підприємстві
	Лекція 16		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
Тема 5. Імідж організації Тема 6. Образи організації Тема 7. Етичний кодекс підприємця. Тема 8. Організація, планування та контроль маркетингової діяльності	Практичне заняття 16	5,5*	Модульний контроль №2 Показник діяльності етики в сучасних умовах розвитку організації
	Самостійна робота		1.Розкрити поняття «імідж», «репутація», «гудвіл»; 2.Охарактеризувати способи формування іміджу, його значення в сучасних умовах 3.Навести характеристику ділової атрибутики реальних підприємств. 4.Що розуміють під організацією маркетингу? 5.Дайте визначення терміну „управління маркетингом”. 6.Що таке контролінг маркетингу?
<b>Розділ 3. Маркетингові підходи до аналізу операцій міжнародного бізнесу</b>			
<b>Тема 9. Етика в маркетингових дослідженнях</b> <u><b>Знати:</b></u> етичні принципи ефективних маркетингових комунікацій і методи їх реалізації. <u><b>Вміти:</b></u> розробляти етичні кодекси організацій; <u><b>Формування компетенцій:</b></u> ПП1 – ПП5, ПП8, ПП10 <u><b>Результати навчання:</b></u> ПРН 1, ПРН4, ПРН8, ПРН14 <u><b>Рекомендовані джерела:</b></u> 1-5	Лекція 17	5,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 17		Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
<b>Тема 10. Маркетинг в міжнародному бізнесі: особливості проникнення підприємств на закордонні ринки</b> <u><b>Знати:</b></u> правові та економічні підстави соціальної відповідальності бізнес-організацій; <u><b>Вміти:</b></u> визначати стратегію маркетингової комунікації з урахуванням специфіки етичної	Лекція 18	5,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 18		Модульний контроль №3 Маркетингові підходи до аналізу операцій міжнародного бізнесу

<p>системи кожної зі сторін;  <b>Формування компетенцій:</b> ПП1 – ПП5, ПП8, ПП10  <b>Результати навчання:</b> ПРН 1, ПРН4, ПРН8, ПРН14  <b>Рекомендовані джерела:</b> 1-5</p>			
<p>Тема 9. Етика в маркетингових дослідженнях  Тема 10. Маркетинг в міжнародному бізнесі: особливості проникнення підприємств на закордонні ринки</p>	<p>Самостійна робота</p>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ділова культура як система. Рівні ділової культури.</li> <li>2. Національна ділова культура: взаємозв'язок та взаємовплив.</li> <li>3. Психологічні особливості ділових культур країн Заходу (США, Великобританія, Франція, Німеччина, Іспанія, Італія, Швеція, Фінляндія).</li> <li>4. Психологічні особливості ділових культур країн Далекого Сходу та Південно-Східної Азії (Японія, Китай, Індія та ін).</li> <li>5. Психологічні особливості ділових культур Арабських країн.</li> <li>6. Психологічні особливості ділових культур Австралії, Нової Зеландії та Південної Африки.</li> <li>7. Ведення ділових переговорів з бізнесменами різних країн.</li> <li>8. Порівняльний аналіз ділової етики у США, Європі та в Україні</li> </ol>
<b>МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Мультимедійний проектор;</li> <li>• Комп'ютерний клас для проведення практичних занять.</li> </ul>			
<b>ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Етика бізнесу: Навчальний посібник/ Ніна Статінова, Світлана Радченко. Режим доступу: <a href="https://knote.edu.ua/file/MjI=/73b96e0500c677b4628c3c63e0635779.pdf">https://knote.edu.ua/file/MjI=/73b96e0500c677b4628c3c63e0635779.pdf</a></li> <li>2. Телетов О.С. Маркетингові дослідження: навчальний посібник - К: Знання України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <a href="http://km.fem.sumdu.edu.ua/p%D1%96druchniki-ta-navchaln%D1%96-pos%D1%96bniki/marketingov%D1%96-dosl%D1%96dzheniya">http://km.fem.sumdu.edu.ua/p%D1%96druchniki-ta-navchaln%D1%96-pos%D1%96bniki/marketingov%D1%96-dosl%D1%96dzheniya</a></li> <li>3. Стоян Т. Діловий етикет: моральні цінності і культура поведінки бізнесмена [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <a href="https://litpro2.oa.edu.ua/books/preview/6886">https://litpro2.oa.edu.ua/books/preview/6886</a></li> <li>4. Тимошенко Н. Корпоративна культура: Діловий етикет: Навч. посібник. — К.: Знання [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <a href="https://westudents.com.ua/knigi/197-korporativna-kultura-dloviy-etiket-timoshenko-nl.html">https://westudents.com.ua/knigi/197-korporativna-kultura-dloviy-etiket-timoshenko-nl.html</a></li> <li>5. Чмут Т. Етика ділового спілкування: Навчальний посібник [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <a href="https://subject.com.ua/pdf/38.pdf">https://subject.com.ua/pdf/38.pdf</a></li> </ol>			
<b>ПОЛІТИКА КУРСУ («ПРАВИЛА ГРИ»)</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Курс передбачає роботу в колективі.</li> <li>• Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.</li> <li>• Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу.</li> <li>• 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.</li> <li>• Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.</li> <li>• Якщо студент відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.</li> <li>• 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.</li> <li>• 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.</li> </ul>			

- 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 КONTРоль</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 КONTРоль)</b>	Модульний контроль №1 «Основні концепції етики»	максимальна оцінка – 15 балів
	Модульний контроль №2 «Показник діяльності етики в сучасних умовах розвитку організації»	максимальна оцінка – 15 балів
	Модульний контроль №3 «Маркетингові підходи до аналізу операцій міжнародного бізнесу»	
<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 заліку
<b>ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ Залік</b>	Метою заліку є контроль сформованості практичних навичок та професійних компетентностей, необхідних для виконання професійних обов'язків. Залік проходить у письмовій формі.	30 балів

### ПІДСУМКОВА ОЦІНКА ЗА ДИСЦИПЛІНУ

бали	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка /запис в екзаменаційній відомості
90-100	Студент демонструє повні й міцні знання навчального матеріалу в обсязі, що відповідає робочій програмі дисципліни, правильно й обґрунтовано 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 включатись 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	<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)

	складних практичних завдань.		
82-89	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 (B)
75-81	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 (C)
64-74	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)
60-63	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 (E)
35-59	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, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у студента відсутні.	<b>Низький</b> Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни	Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не зараховано (FX) <i>В залікову книжку не представляється</i>
1-34	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) <i>В залікову книжку не представляється</i>