

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГОВИЙ СУПРОВІД ПРОЕКТІВ ТК ПІДПРИЄМСТВ»

| | | | | | | | |
|-------------------------------------|---------------|-----------------------------------|------------------------|---------------------|-------------------|---------------------|-----------------------|
| Галузь знань | | 07 «Управління і адміністрування» | Освітній рівень | бакалавр | | | |
| Спеціальність | | 075 «Маркетинг» | Семестр | | | | |
| Освітньо-професійна програма | | «Маркетинг» | Тип дисципліни | вибіркова | | | |
| Обсяг: | Кредитів ECTS | Годин | За видами занять: | | | | |
| | | | Лекцій | Семінарських занять | Практичних занять | Лабораторних занять | Самостійна підготовка |
| | 5 | 150 | 24 | - | 36 | - | 90 |

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

| | |
|--|---|
| Освітні компоненти, які передують вивченню | 1. Конкурентоспроможність підприємства. 2. Маркетинг. 3. Маркетингові комунікації |
| Освітні компоненти для яких є базовою | 1. Аналіз і планування маркетингової діяльності. 2. Маркетингові технології управління Інтернет-проектами 3. Маркетингові ризики в сфері телекомунікацій. 4. Інноваційні технології в маркетинговій діяльності |
| Мета курсу: | формування у студентів володіння теоретичними знаннями і практичними навичками з питань маркетингового супроводу проектів телекомунікаційних підприємств; вивчення загальних принципів аутсорсингу маркетингових функцій проекту підприємства; отримання навичок роботи з підприємствами підрядниками маркетингового супроводу проекту. |

Компетенції відповідно до освітньо-професійної програми

| Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК) | Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетенції |
|---|--|
| <p>ЗК 5. Проактивне бачення: здатність моделювати розвиток подій і обирати бажаний; ідентифікувати ключові фактори тієї або іншої ситуації, визначати як вони взаємодіють і які з них вимагають найбільшої уваги</p> <p>ЗК 8. Навички інформаційно-комунікаційних технологій: здатність до використання сучасного програмного забезпечення для обробки, аналізу, представлення інформації, прийняття обґрунтованих фахових рішень; використання інформаційно-комунікаційних технологій та сучасних електронних пристроїв і гаджетів.</p> <p>ЗК 9. Інтегративні навички: уміння застосовувати та інтегрувати знання, уміння і навички та їх ефективно використовувати в умовах швидкої адаптації організацій до вимог зовнішнього середовища</p> | <p>ППк3. Здатність до організації побудови і функціонування сучасних систем електронної комерції.</p> <p>ППк11. Здатність до використання маркетингових інструментів для просування та оцінки ефективності проектів ТК підприємств</p> <p>ПРН 8. Здатність використовувати методологічні прийоми маркетингових досліджень, застосовувати прикладні методики аналізу маркетингових процесів, методи вивчення цільового ринку, споживачів, їхніх мотивацій, тенденцій розвитку попиту; використовувати в маркетинговій діяльності інформаційно-комунікаційні технології та програмні продукти, необхідні для організації маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> |

Результати навчання відповідно до освітньо-професійної (програмні результати навчання – ПРН)

| |
|---|
| <p>ПРН 8. Здатність використовувати методологічні прийоми маркетингових досліджень, застосовувати прикладні методики аналізу маркетингових процесів, методи вивчення цільового ринку, споживачів, їхніх мотивацій, тенденцій розвитку попиту; використовувати в маркетинговій діяльності інформаційно-комунікаційні технології та програмні продукти, необхідні для організації маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>ПРН 9. Здатність розробляти бізнес-плани й маркетингові стратегії та перспективні й поточні плани маркетингової діяльності, розробляти стратегічні маркетингові заходи для підвищення конкурентоспроможності підприємства.</p> |
|---|

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

| Тема, опис теми | Вид заняття | Тиждень семестру | Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи |
|-----------------|-------------|------------------|---|
| | | | |

Розділ 1. ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОГО СУПРОВОДУ ПРОЄКТІВ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

| | | | |
|---|-----------------------|----|---|
| <p>Тема 1. Основи маркетингового супроводу проєктів ТК підприємств. Знати: базові принципи організації та функціонування маркетингового супроводу проєктів ТК підприємств Вміти: приймати рішення щодо вибору підприємств маркетингового супроводу проєкту в Україні для підприємств телекомунікацій Формування компетенцій: ЗК1, ЗК4, ЗК6, ЗК 14, ПП1, ПП2, ПП3, ПП4. Результати навчання: ПРН 8, ПРН 9 Рекомендовані джерела: 1,5,6-9</p> | Лекція 1 | 1 | Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів |
| | Практичне заняття 1 | 1 | Усне опитування, тестування, навчальна дискусія, обговорення ситуаційного завдання |
| <p>Тема 2. Маркетинговий аудит проєкту як основний напрямок аутсорсингу ТК підприємств Знати: основи застосування маркетингового аудиту проєкту як основний напрямок аутсорсингу ТК підприємств; Вміти: документально оформлювати результати маркетингового аудиту проєкту Формування компетенцій: ЗК1, ЗК4, ЗК6-ЗК8, ЗК 14, ПП5, ПП6, ПП7 Результати навчання: ПРН 8, ПРН 9 Рекомендовані джерела: 1,2,5,6-9</p> | Лекція 2 | 3 | Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів |
| | Практичне заняття 2 | 3 | Усне опитування, тестування, тематична дискусія, рішення практичних задач . |
| | Практичне заняття 3 | 4 | Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни |
| <p>Тема 3. Аналіз ринку як частина маркетингового супроводу проєктів ТК підприємств Знати: особливості впливу культурних і соціальних факторів, належності до соціального класу, родини та ситуативних чинників на поведінку споживачів Вміти: використовувати інструменти PEST, PEEST, SNW аналізів ринкового середовища проєкту Формування компетенцій: ЗК1, ЗК4, ЗК6-ЗК8, ЗК 14, ПП8, ПП9, ПП 10 Результати навчання: ПРН 8, ПРН 9 Рекомендовані джерела: 1,2,5,6-9</p> | Лекція 3 | 5 | Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів |
| | Практичне заняття 4-5 | 5 | Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. |
| <p>Тема 4. Аутсорсинг розробки ефективної маркетингової стратегії проєкту ТК підприємства Знати: основні напрями розробки ефективної маркетингової стратегії проєкту ТК підприємства в рамках аутсорсингу; Вміти: формувати концепцію ефективної маркетингової стратегії проєкту ТК підприємства Формування компетенцій: ЗК1, ЗК4, ЗК6-ЗК8, ЗК 14, ПП14, ПП15, ПП16 Результати навчання: ПРН 8, ПРН 9 Рекомендовані джерела: 1,2,5,6-9</p> | Лекція 4 | 8 | Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів |
| | Практичне заняття 6 | 8 | Усне опитування, тестування, навчальна дискусія, обговорення ситуаційного завдання |
| | Лекція 5 | 9 | Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів |
| | Практичне заняття 7 | 9 | Усне опитування, тестування, навчальна дискусія, обговорення ситуаційного завдання |
| <p>Тема 5. Маркетинговий супровід бренд-аудиту та аналізу лояльності споживачів до бренду проєкту ТК підприємств Знати: методи поведінкової лояльності споживачів до бренду проєкту Вміти: складати програми лояльності споживачів до бренду проєкту ТК підприємств Формування компетенцій: ЗК1, ЗК4, ЗК6-ЗК8, ЗК 14, ПП16, ПП18.</p> | Лекція 6 | 10 | Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів |
| | Практичне заняття 8-9 | 10 | Усне опитування, навчальна дискусія. Проведення модульного контролю №1 «Основи маркетингового |

| | | | |
|---|--------------------------------|------------|---|
| <p>Результати навчання: ПРН1, ПРН3, ПРН4, ПРН6, ПРН18. Рекомендовані джерела: 1,2,5,6-9</p> | | | <p>супроводу проектів телекомунікаційних підприємств»</p> |
| <p>Тема 1. Основи маркетингового супроводу проектів ТК підприємств. Тема 2. Маркетинговий аудит проекту як основний напрямок аутсорсингу ТК підприємств. Тема 3. Аналіз ринку як частина маркетингового супроводу проектів ТК підприємств. Тема 4. Аутсорсинг розробки ефективної маркетингової стратегії проекту ТК підприємства. Тема 5. Маркетинговий супровід бренд-аудиту та аналізу лояльності споживачів до бренду проекту ТК підприємств.</p> | <p>Самостійна робота</p> | <p>1-5</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетингові функції як предмет маркетингового супроводу ТК підприємств 2. Особливості сучасного маркетингового аутсорсингу на підприємствах телекомунікацій в Україні 3. Обґрунтування вибору підприємств маркетингового супроводу проекту в Україні для підприємств телекомунікацій 4. Інформація для проведення маркетингового аудиту та джерела її отримання 5. Оцінка попиту на продукт проекту ТК підприємств 6. Вивчення характеристик ринку, на який спрямовано продукт проекту. Оцінка фактичної та потенційної ємності ринку. 7. Показники оцінки конкурентів: оцінка продуктів, часта ринку, діючі маркетингові стратегії, представлення в Інтернеті, відгуки, методи просування, технічний і технологічний рівень і т.д. |
| <p>Розділ 2. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОГО СУПРОВОДУ ПРОЕКТІВ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ</p> | | | |
| <p>Тема 6. Управління товарною та збутовою політикою ТК підприємств в рамках аутсорсингу Знати: оцінку складових маркетингу проекту, методи оцінки якості та конкурентоспроможності продукції, послуг ТК підприємства на основі використання методів ABC, XYZ аналізів Вміти: приймати рішення щодо підвищення конкурентоспроможності товарів та послуг проекту ТК підприємства, впроваджувати знижки Формування компетенцій: ЗК1, ЗК4, ЗК6-ЗК8, ЗК 14, ПП1, ПП2, ПП7 Результати навчання: ПРН 8, ПРН 9 Рекомендовані джерела: 1-9</p> | <p>Лекція 7-8</p> | <p>11</p> | <p>Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів</p> |
| | <p>Практичне заняття 10-11</p> | <p>11</p> | <p>Усне опитування, рішення задач «Оцінка альтернатив»</p> |
| <p>Тема 7. Маркетинговий супровід комунікаційної політики проекту ТК підприємства Знати: сутність управління товарною, збутовою та ціновою політикою ТК підприємств в рамках аутсорсингу Вміти: складати план заходів щодо розробки ефективної комунікаційної політики проекту Формування компетенцій: ЗК1, ЗК4, ЗК6-ЗК8, ЗК 14, ПП5, ПП18 Результати навчання: ПРН 8, ПРН 9 Рекомендовані джерела: 1,2,5,6-9</p> | <p>Лекція 9</p> | <p>13</p> | <p>Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів</p> |
| | <p>Практичне заняття 12</p> | <p>13</p> | <p>Усне опитування, навчальна дискусія.</p> |
| | <p>Практичне заняття 13</p> | <p>14</p> | <p>Усне опитування, навчальна дискусія.</p> |
| <p>Тема 8. Аутсорсинг Інтернет-маркетингу проекту ТК підприємства Знати: функції маркетингового супроводу комунікаційної політики проекту та Інтернет-маркетингу Вміти: приймати рішення щодо розробки ефективної digital стратегії просування продукції та бренду в Інтернеті Формування компетенцій: ЗК1, ЗК4, ЗК6-ЗК8, ЗК 14, ПП18, ПП19. Результати навчання: ПРН 8, ПРН 9 Рекомендовані джерела: 1,2,5,6-10</p> | <p>Лекція 10</p> | <p>15</p> | <p>Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів</p> |
| | <p>Практичне заняття 14-15</p> | <p>15</p> | <p>Усне опитування, навчальна дискусія.</p> |

| | | | |
|---|-------------------|------|--|
| <p>Тема 9. Маркетинговий супровід оцінки, розробки та проведення рекламних кампаній для просування проекту ТК підприємств</p> <p>Знати: принципи оцінки, розробки та проведення рекламних кампаній для просування проекту ТК підприємств</p> <p>Вміти: використовувати інструменти оцінки, розробки та проведення рекламних кампаній для просування проекту ТК підприємств</p> <p>Формування компетенцій: ЗК1, ЗК4, ЗК6-ЗК8, ЗК 14, ПП18, ПП19.</p> <p>Результати навчання: ПРН 8, ПРН 9</p> <p>Рекомендовані джерела: 1,2,5,6-9</p> | Лекція 11 | | Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів |
| <p>Тема 10. Оцінка ефективності маркетингового супроводу проекту для ТК підприємства</p> <p>Знати: формули розрахунку ефективності маркетингового супроводу проекту для діяльності ТК підприємства</p> <p>Вміти: проводити розрахунок ефективності маркетингового супроводу проекту для діяльності ТК підприємства</p> <p>Формування компетенцій: ЗК1, ЗК4, ЗК6-ЗК8, ЗК 14, ПП9, ПП10, ПП11.</p> <p>Результати навчання: ПРН 8, ПРН 9</p> <p>Рекомендовані джерела: 1,2,5,6-9</p> | Лекція 12 | 17 | Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів |
| <p>Тема 6. Управління товарною та збутовою політикою ТК підприємств в рамках аутсорсингу</p> <p>Тема 7. Маркетинговий супровід комунікаційної політики проекту ТК підприємства</p> <p>Тема 8. Аутсорсинг Інтернет-маркетингу проекту ТК підприємства</p> <p>Тема 9. Маркетинговий супровід оцінки, розробки та проведення рекламних кампаній для просування проекту ТК підприємств</p> <p>Тема 10. Оцінка ефективності маркетингового супроводу проекту для ТК підприємства</p> | Самостійна робота | 6-10 | <ol style="list-style-type: none"> 1. Методи оцінки якості та конкурентоспроможності продукції, послуг ТК підприємства на основі використання методів ABC, XYZ аналізів 2. Побудова багатокутника конкурентоспроможності підприємств 3. Завдання маркетингового аудиту стосовно ціноутворення 4. Аналіз цінової еластичності попиту 5. Напрямки оцінки комунікаційної політики проекту ТК підприємства 6. Етапи проведення оцінки комунікаційної політики проекту ТК підприємства 7. Створення, оптимізація та просування сайту, адміністрування груп у соціальних мережах 8. Розробка ефективної digital стратегії просування продукції та бренду в Інтернеті 9. Дизайн та підготовка до друку рекламних матеріалів 10. Налаштування і супровід контекстно-медійної реклами, реклами в соціальних мережах |

МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

- Комп'ютери с програмним забезпеченням для виконання практичних робіт: GoogleDocs, GoogleAnalytics, GoogleTrends - проведення та оцінка маркетингових досліджень; HohlBuilder, 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. Дарчук В.Г. Аналіз та планування маркетингової діяльності. Навчальний посібник. – Київ: ДУТ, 2019. – 146 с. <http://www.dut.edu.ua/lib/1/category/743/view/796>
2. Виноградова О.В., Дрокіна Н.І. Маркетингові технології управління Інтернет-проектами. Навчальний посібник. – Київ: ДУТ, 2019. – 351 с.

<http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/1798/view/1706>

3. Корягіна С. В. Маркетинговий аудит / С.В. Корягіна, М.В. Корягін. – К.: «Центр учбової літератури», 2014. – 320 с. -

http://www.lac.lviv.ua/fileadmin/www.lac.lviv.ua/data/kafedry/Buh_Obliku/Docs/Marketingovii_audit.pdf

4. Цибульська Е.І. Конкуренентоспроможність підприємства: навч. посіб. для студентів, які навчаються за спец. 051 – Економіка / Е. І. Цибульська; Нар. укр. акад. – Харків : Вид-во НУА, 2018. – 320 с. <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/743/view/1767>

5. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг: Навч. посібник. — Вид. 2-ге, без змін. К.: КНЕУ 2006.—152 с. <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/743/view/1768>

6. Окландер М. А. Поведінка споживача: навч. посіб. / М. А. Окландер, І. О. Жарська – К.: «Центр учбової літератури», 2014. – 208 с.

<http://www.dut.edu.ua/ua/lib/3/category/743/view/1654>

7. Прокопенко О.В., Троян М.Ю. Поведінка споживачів: Навч. пос. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 176 с. <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/4/category/743/view/1419>

8. Окландер М. А., Чукурна О. П. Маркетингова цінова політика. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 240 с.

<http://www.dut.edu.ua/ua/lib/4/category/743/view/1418>

9. Балабанова Л.В. Рекламний менеджмент: підручник / М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. ТуганБарановського, Каф. маркетинг. менедж.; Л.В.Балабанова, Л.О.Юзик - Донецьк: ДонНУЕТ, 2011. - 414 с. <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/6/category/743/view/1224>

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

| Форми контролю | Види навчальної роботи | Оцінювання |
|---|---|---|
| ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ | Робота на лекціях, у т.ч.: | |
| | • присутність на заняттях (при пропусках занять з поважних причин допускається відпрацювання пройденого матеріалу) | за кожне відвідування 0,5 бала |
| | • ведення конспекту | за кожну лекцію 1,5 бали |
| | • участь у експрес-опитуванні | за кожну правильну відповідь 0,25 бала |
| | Робота на практичних заняттях, у т.ч.: | |
| | • присутність на заняттях (при пропусках занять з поважних причин допускається відпрацювання пройденого матеріалу) | за кожне відвідування 0,5 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) | за кожну презентацію максимум 10 балів |
| • 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 3 бали | |
| РУБІЖНЕ ОЦІНЮВАННЯ (МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ) | Модульний контроль № 1 « <i>Основи маркетингового супроводу проектів телекомунікаційних підприємств</i> » | за кожне правильно виконане завдання – 5 балів. максимальна оцінка – 15 балів |
| | Модульний контроль № 2 « <i>Практичні аспекти маркетингового супроводу проектів телекомунікаційних підприємств</i> » | за кожне правильно виконане завдання – 5 балів. максимальна оцінка – 15 балів |

| | | | |
|------------------------------------|---|--|--|
| Додаткова оцінка | Участь у наукових конференціях, підготовка наукових публікацій, участь у Всеукраїнських конкурсах наукових студентських робіт за спеціальністю, створення кейсів тощо. | Згідно рішення кафедри | |
| ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ залік | Метою заліку є контроль сформованості практичних навичок та професійних компетентностей, необхідних для виконання професійних обов'язків. Залік проходить у формі співбесіди. | Критерії оцінювання зазначено у таблиці | |
| бали | Критерії оцінювання | Рівень компетентності | Оцінка /затис 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 стосуються 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. | Високий 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) |
| 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. | Достатній 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) |
| 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. | Достатній Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення. | Добре / Зараховано (С) |
| 64-74 | Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений робочою програмою дисципліни, та розуміє постановку 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 усунути за допомогою викладача. | Середній 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. | Середній Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни | Задовільно / Зараховано (Е) |
| 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 відсутня. | Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни | Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не зараховано (FХ) В залікову книжку не проставляється |
| 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. | Незадовільний 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 проставляється |