

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ»

Затверджено
завідувач кафедри ІТ
 В. Трейтяк
« 31 » 08 2026 р.

Лектор курсу			Гусєва Ольга Юріївна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту		Контактна інформація лектора (e-mail), код курсу в Google Workspace for Education		e-mail: o.guseva @duikt.edu.ua код курсу в Google Workspace for Education:https://classroom.google.com/c/ODg3NDg4MTU4MzE1?cjc=7jdsebek	
Галузь знань			G Інженерія, виробництво та будівництво		Рівень вищої освіти		бакалавр	
Спеціальність			G5 Електроніка, електронні комунікації, приладобудування та радіотехніка		Семестр		5	
Освітня програма			Інтернет-технології		Тип дисципліни		Обов'язкова	
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:					
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка	
	3	90	18	-	36	-	36	
АНОТАЦІЯ КУРСУ								
Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі								
Освітні компоненти, які передують вивченню			1. Електронна комерція. 2. Інтернет-технології. 3. Управління ІТ-проектами.					
Освітні компоненти для яких є базовою			1. Кваліфікаційна робота. 2. Переддипломна практика					
Мета курсу:	формування у здобувачів вищої освіти системи теоретичних знань і практичних навичок щодо використання інтернет-технологій та сучасних цифрових інструментів для дослідження онлайн-ринку, аналізу поведінки і потреб цільових аудиторій, створення та просування веб-ресурсів, планування інтернет-маркетингових комунікацій, аналізу даних і оцінювання результативності маркетингових рішень, а також застосування засобів автоматизації та штучного інтелекту для розроблення конкурентоспроможних маркетингових рішень і цифрових проєктів.							
Компетентності відповідно до освітньої програми								
Загальні компетентності (ЗК)					Фахові компетенції (ФК)			
ЗК 2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.					ФК 8. Готовність сприяти впровадженню перспективних технологій і стандартів. ФК 19. Здатність формувати нові конкурентоспроможні ідеї й реалізовувати їх			

у проектах (стартапах).			
Програмні результати навчання (ПРН)			
ПРН 5. Мати навички оцінювання, інтерпретації та синтезу інформації і даних.			
ПРН 11. Вміння застосовувати міжособистісні навички для взаємодії з іншими людьми та залучення їх до командної роботи, толерантно сприймати та застосовувати етичні норми поведінки відносно інших людей.			
ПРН 24. Вміння створювати адекватні моделі об'єктів дослідження з метою оптимізації процесів моделювання та проектування.			
ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ			
Тема, опис теми	Вид заняття	Оцінювання за тему	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
Розділ 1. Методологічні та аналітичні засади Інтернет-маркетингу			
Тема 1. Сутність, еволюція та стратегічні засади інтернет-маркетингу.			
<u>Формування компетентностей:</u> ЗК 2; ФК 8; ФК 19.			
<u>Результати навчання:</u> ПРН 5; ПРН 11; ПРН 24.			
<u>Рекомендовані джерела:</u> 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 15			
Заняття 1.1. Сутність, еволюція та стратегічні засади інтернет-маркетингу.	Лекція 1 2 год	1 бал	Пояснювально-ілюстративний, лекція-візуалізація.
Заняття 1.2. Сутність, еволюція та стратегічні засади інтернет-маркетингу.	Практичне заняття 1 2 год	2 бали	Виконання завдань на практичне застосування знань і вмінь.
Заняття 1.3. Сутність, еволюція та стратегічні засади інтернет-маркетингу.	Практичне 2 2 год	2 бали	Виконання завдань на практичне застосування знань і вмінь.
Тема 2. Маркетингові дослідження, цільова аудиторія та клієнтський шлях в онлайн-середовищі.			
<u>Формування компетентностей:</u> ЗК 2; ФК 8; ФК 19.			
<u>Результати навчання:</u> ПРН 5; ПРН 11; ПРН 24.			
<u>Рекомендовані джерела:</u> 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 15			
Заняття 2.1. Маркетингові дослідження, цільова аудиторія та клієнтський шлях в онлайн-середовищі.	Лекція 2 2 год	1 бал	Пояснювально-ілюстративний, лекція-візуалізація.
Заняття 2.2. Маркетингові дослідження, цільова аудиторія та клієнтський шлях в онлайн-середовищі.	Практичне заняття 3 2 год	2 бали	Виконання завдань на практичне застосування знань і вмінь.
Заняття 2.3. Маркетингові дослідження, цільова аудиторія та клієнтський шлях в онлайн-середовищі.	Практичне заняття 4 2 год	2 бали	Виконання завдань на практичне застосування знань і вмінь.
Тема 3. . Веб-сайт, пошуковий маркетинг і SEO.			
<u>Формування компетентностей:</u> ЗК 2; ФК 8; ФК 19.			
<u>Результати навчання:</u> ПРН 5; ПРН 11; ПРН 24.			
<u>Рекомендовані джерела:</u> 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 15			

Заняття 3.1. Веб-сайт, пошуковий маркетинг і SEO.	Лекція 3 2 год	1 бал	Пояснювально-ілюстративний, лекція-візуалізація.
Заняття 3.2. Веб-сайт, пошуковий маркетинг і SEO.	Практичне заняття 5 2 год	2 бали	Виконання завдань на практичне застосування знань і вмінь.
Заняття 3.3. Веб-сайт, пошуковий маркетинг і SEO.	Практичне заняття 6 2 год	2 бали	Виконання завдань на практичне застосування знань і вмінь.
Тема 4. Веб-аналітика та оцінювання ефективності інтернет-маркетингу. <u>Формування компетентностей:</u> ЗК 2; ФК 8; ФК 19. <u>Результати навчання:</u> ПРН 5; ПРН 11; ПРН 24. <u>Рекомендовані джерела:</u> 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 15			
Заняття 4.1. Веб-аналітика та оцінювання ефективності інтернет-маркетингу.	Лекція 4 2 год	1 бал	Пояснювально-ілюстративний, лекція-візуалізація.
Заняття 4.2. Веб-аналітика та оцінювання ефективності інтернет-маркетингу.	Практичне заняття 7 2 год	2 бали	Виконання завдань на практичне застосування знань і вмінь.
Заняття 4.3. Веб-аналітика та оцінювання ефективності інтернет-маркетингу.	Практичне заняття 8 2 год	2 бали	Виконання завдань на практичне застосування знань і вмінь.
Розділ 2. Інструменти, технології та управління Інтернет-маркетингом			
Тема 5. Інтернет-реклама: пошукова, медійна, відеореклама та ремаркетинг <u>Формування компетентностей:</u> ЗК 2; ФК 8; ФК 19. <u>Результати навчання:</u> ПРН 5; ПРН 24. <u>Рекомендовані джерела:</u> 2, 10, 11, 13, 14, 15, 16, 17			
Заняття 5.1. Інтернет-реклама: пошукова, медійна, відеореклама та ремаркетинг	Лекція 5 2 год	1 бал	Пояснювально-ілюстративний, лекція-візуалізація.
Заняття 5.2. Інтернет-реклама: пошукова, медійна, відеореклама та ремаркетинг	Практичне заняття 9 2 год	2 бали	Виконання завдань на практичне застосування знань і вмінь.
Заняття 5.3. Інтернет-реклама: пошукова, медійна, відеореклама та ремаркетинг	Практичне заняття 10 2 год	2 бали	Виконання завдань на практичне застосування знань і вмінь.

Тема 6. Маркетинг у соціальних мережах, таргетована реклама та інфлюенсер-маркетинг <u>Формування компетентностей:</u> ЗК 2; ФК 8; ФК 19. <u>Результати навчання:</u> ПРН 5; ПРН 24. <u>Рекомендовані джерела:</u> 2, 10, 11, 13, 14, 15, 16, 17			
Заняття 6.1. Маркетинг у соціальних мережах, таргетована реклама та інфлюенсер-маркетинг	Лекція 6 2 год	1 бал	Пояснювально-ілюстративний, лекція-візуалізація.
Заняття 6.2. Маркетинг у соціальних мережах, таргетована реклама та інфлюенсер-маркетинг	Практичне заняття 11 2 год	2 бали	Виконання завдань на практичне застосування знань і вмінь.
Заняття 6.3. Маркетинг у соціальних мережах, таргетована реклама та інфлюенсер-маркетинг	Практичне заняття 12 2 год	2 бали	Виконання завдань на практичне застосування знань і вмінь.
Тема 7. Контент-маркетинг, email-маркетинг та омніканальні комунікації <u>Формування компетентностей:</u> ЗК 2; ФК 8; ФК 19. <u>Результати навчання:</u> ПРН 5; ПРН 24. <u>Рекомендовані джерела:</u> 2, 10, 11, 13, 14, 15, 16, 17			
Заняття 7.1. Контент-маркетинг, email-маркетинг та омніканальні комунікації	Лекція 7 2 год	1 бал	Пояснювально-ілюстративний, лекція-візуалізація.
Заняття 7.2. Контент-маркетинг, email-маркетинг та омніканальні комунікації	Практичне заняття 13 2 год	2 бали	Виконання завдань на практичне застосування знань і вмінь.
Заняття 7.3. Контент-маркетинг, email-маркетинг та омніканальні комунікації	Практичне заняття 14 2 год	2 бали	Виконання завдань на практичне застосування знань і вмінь.
Тема 8. CRM, чат-боти та автоматизація взаємодії з клієнтами <u>Формування компетентностей:</u> ЗК 2; ФК 8; ФК 19. <u>Результати навчання:</u> ПРН 5; ПРН 24. <u>Рекомендовані джерела:</u> 2, 10, 11, 13, 14, 15, 16, 17			
Заняття 8.1. CRM, чат-боти та автоматизація взаємодії з клієнтами	Лекція 8 2 год	1 бал	Пояснювально-ілюстративний, лекція-візуалізація.
Заняття 8.2. CRM, чат-боти та автоматизація взаємодії з клієнтами	Практичне заняття 15 2 год	2 бали	Виконання завдань на практичне застосування знань і вмінь.
Заняття 8.3. CRM, чат-боти та автоматизація взаємодії з клієнтами	Практичне заняття 16 2 год	2 бали	Виконання завдань на практичне застосування знань і вмінь.

Тема 9. Штучний інтелект, Big Data та інтегрована стратегія інтернет-маркетингу <u>Формування компетентностей:</u> ЗК 2; ФК 8; ФК 19. <u>Результати навчання:</u> ПРН 5; ПРН 24. <u>Рекомендовані джерела:</u> 2, 10, 11, 13, 14, 15, 16, 17			
Заняття 9.1. Штучний інтелект, Big Data та інтегрована стратегія інтернет-маркетингу	Лекція 9 2 год	1 бал	Пояснювально-ілюстративний, лекція-візуалізація.
Заняття 9.2. Штучний інтелект, Big Data та інтегрована стратегія інтернет-маркетингу	Практичне заняття 17 2 год	2 бали	Виконання завдань на практичне застосування знань і вмінь.
Заняття 9.3. Штучний інтелект, Big Data та інтегрована стратегія інтернет-маркетингу	Практичне заняття 18 2 год	2 бали	Виконання завдань на практичне застосування знань і вмінь.
Самостійна робота			
Тема 1. Формування моделі цифрової присутності та системи показників її результативності для підприємства, бренду або цифрового продукту.	8 год	3 балів	Підготовка до практичних робіт. Самостійне вивчення теоретичного матеріалу.
Тема 2. Розроблення цифрової стратегії управління взаємовідносинами зі споживачами підприємства (бренду) з використанням інструментів Інтернет-маркетингу.	8 год	4 бали	Підготовка до практичних робіт. Самостійне вивчення теоретичного матеріалу.
Тема 3. Розроблення інтегрованої стратегії просування підприємства (бренду) в Інтернеті з обґрунтуванням каналів, інструментів і показників результативності.	10 год	4 бали	Підготовка до практичних робіт. Самостійне вивчення теоретичного матеріалу.
Тема 4. Обґрунтування напрямів застосування штучного інтелекту, великих даних та автоматизації в Інтернет-маркетингу підприємства (бренду).	10 год	4 бали	Підготовка до практичних робіт. Самостійне вивчення теоретичного матеріалу.
МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ			
• Мультимедійний проектор. • Комп'ютерний клас для проведення лекційних та практичних занять. • Інтерактивна дошка або телевізор з підключенням ноутбуку викладача.			
ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ			
1. Буга Н., Пелехацький, Д. Перспективи використання інноваційних технологій в маркетинговій діяльності підприємства. Економіка та суспільство. 2022 (42). https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-36 2. Виноградова О. В., Крижко О. В., Молоков І. О. Ефективність впливу креативів таргетованої реклами на споживачів. <i>Економіка. Менеджмент. Бізнес</i>. 2024. №4 (47). С. 12-20. DOI: 10.31673/2415-8089.2024.041116 https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/3073 3. Виноградова О. В., Ігнатенко О. В., Недопако Н. М., Ільницький Т.Р. Проблеми впровадження digital-технологій у маркетингову діяльність українських компаній. <i>Економіка. Менеджмент. Бізнес</i>. 2024. №2 (45). С.4-9. https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2957 4. Виноградова О., Дименко О., Ігнатенко О., Совершенна І., Дарчук В., Снітко А. Ensuring the financial stability of the enterprise with performance marketing tools. <i>Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice</i>. 2024. № 3(56), С. 518-532			

<https://fkd.net.ua/index.php/fkd/article/view/4359>

5. Слободяник А. М., Могилевська О. Ю., Романова Л. В., Салькова І. Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика: Навчальний посібник. Київ.: КиМУ. 2022. 228 с. <https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/57894>
6. Борисова Т. Б. Комплексний Інтернет Маркетинг. *Навчальний посібник*. Тернопіль: ЗУМУ, 2022. 272 с. <http://bit.ly/3C3nyAi>
7. Сак Т. В. Електронна комерція та глобальне підприємництво [Електронне видання]: курс лекцій. Луцьк: ВНУ імені Лесі Українки, 2023. 113 с.
8. Конспект лекцій з курсу «Цифровий маркетинг» для студентів денної та заочної форм навчання спеціальності 075 «Маркетинг» / Укл.: Д. В. Широкоград. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2023. 51 с.
9. Маркетинг у цифровому середовищі: підручник / Н. Є. Летуновська, Л. М. Хоменко, О. В. Люльов та ін.; за заг. ред. Н. Є. Летуновської, Л. М. Хоменко. Суми: Сумський державний університет, 2021. 259 с.
10. Храпкіна В., Трушкіна Н. Застосування штучного інтелекту у цифровому маркетингу. *Поведінкова економіка: від теорії до практики*: міждисц. навч. посіб. / за наук. ред. І. Л. Татомир, Л. Г. Квасній; Прикарпатський ін-т імені Михайла Грушевського ПрАТ ВНЗ «МАУП». Трускавець: ПОСВІТ, 2022. С. 300-311.
11. Трушкіна Н. Цифровий маркетинг в умовах глобального інформаційного простору: теоретичні підходи. *Věda a perspektivy*. 2021. № 5(5). С. 62-74. [https://doi.org/10.52058/2695-1592-2021-5\(5\)-62-74](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2021-5(5)-62-74).
12. Аблязова Н. Р., Трушкіна Н. В., Прокопишин О. С. Управління маркетинговою діяльністю аграрних підприємств в епоху цифрових перетворень. *Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту*. 2023. № 1(29). С. 94-108. [https://doi.org/10.58252/2078-1628-2023-1\(29\)-010](https://doi.org/10.58252/2078-1628-2023-1(29)-010).
13. Трушкіна Н. В., Патlachuk Т. В. Науково-методичне забезпечення формування системи управління взаємовідносинами зі споживачами в цифровому просторі. *Бізнес Інформ*. 2023. № 9. С. 331-345. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-9-331-345>.
14. Kwilinski A., Trushkina N., Remyha Yu., Patlachuk T. Impact of Artificial Intelligence on Customer Relationship Management: a Bibliometric Analysis. *Proceedings of International Conference on Applied Innovation in IT*. 2025. Vol. 13. Iss. 1. P. 295-303. <http://dx.doi.org/10.25673/119246>.
15. Trushkina N., Popova M., Relawati R., Ariadi B. Y., Loiko Ye. Digital Marketing as a Strategic Tool for Promoting Agricultural Products. *Proceedings of International Conference on Applied Innovation in IT*. 2026. Vol. 14. Iss. 2. P. 425-439. DOI: <http://dx.doi.org/10.25673/123955>.
16. Zaky S., Relawati R., Agustina Y., Trushkina N. Developing Websites to Optimize Digital Marketing and Increase the Competitiveness of Small and Micro Agribusiness Enterprises. *HABITAT*. 2026. Vol. 37(2). P. 95-113. <https://doi.org/10.21776/ub.habitat.2026.037.2.7>.
17. Boiko O. V., Havrylova N. V., Shchepka O. V. Economic and Financial Risks of Corporate Integrated Structures in the Context of the Development of Security and Marketing Management of Integration Processes. *Management of Economy: Theory and Practice. Chumachenko's Annals*: collection of scientific papers / Institute of Industrial Economics of the NAS of Ukraine. Kyiv, 2023. P. 49-58. DOI: <https://doi.org/10.37405/2221-1187.2023.49-58>

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, за заняття отримує 0 балів.

КРИТЕРІЙ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Умовою допуску до підсумкового контролю є виконання всіх практичних та лабораторних робіт і виконання самостійних завдань, які передбачені структурою освітньої компоненти Інтернет-маркетинг.

Якщо студента не допущено до складання заліку, як такого, що не виконав індивідуальний план, йому надається час до перескладання для

виконання всіх вимог допуску. Студент має право на два перескладання. При повторному перескладанні заліку його у студента може приймати комісія, яка створюється директором ННІТ. Оцінка комісії є остаточною. У випадку отримання студентом 0 балів (неприйнятно), що тягне відрахування за невиконання навчального плану.

Оцінювання студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою.

Для отримання додаткових балів, студент повинен надати копію друкованої публікації чи письмове повідомлення видавця, про прийняття до друку публікації. Тематика публікації повинна відповідати змісту дисципліни Інформаційні мережі і тільки в цьому випадку додаткові бали будуть зараховані. При пред'явленні публікації студент звільняється від виконання практичної роботи, тема якої відповідає тематиці публікації, при цьому студенту зараховується додаткові бали замість балів за виконання суміжних за тематикою практичних робіт. Максимальна кількість додаткових балів, що можуть бути зараховані за дисципліну – 10 балів.

Форми контролю	Види навчальної роботи	Оцінювання
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ	• Виконання практичних робіт	90 балів
	• Самостійна робота	10 балів
ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ <i>Екзамен</i>	Екзамен	Згідно критеріїв оцінювання

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 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 (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.	Достатній Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	Добре / Зараховано (C)
67-74	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.	Середній Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни.	Задовільно / Зараховано (D)
60-66	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 (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	Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні	Незадовільно з можливістю повторного

	є невірними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у студента відсутні.	дисципліни.	складання) / Не зараховано (FX) В залікову книжку не проставляється
0-34	Студент повністю не виконав вимог робочої програми навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Студент не допущений до здачі екзамену/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

ПОЛІТИКА ДОБРОЧЕСНОСТІ

Здобувач вищої освіти виконуючи самостійну або індивідуальну роботу повинен дотримуватись політики доброчесності. У разі наявності плагіату в будь-яких видах робіт Здобувача, він отримує незадовільну оцінку і повинен повторно виконати завдання, які передбачені у Силабусі.