

СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ ВІЛЬНОГО ВИБОРУ ЗДОБУВАЧІВ «МАРКЕТИНГ ОСОБИСТОСТІ»

Лектор курсу	Ігнатенко Ольга Василівна, кандидат психологічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу
Контактна інформація лектора (e-mail),	e-mail: ignatenko@duikt.ua
Сторінка курсу в Google Classroom	https://classroom.google.com/c/ODAYNjAwNTIxOTEz?cjc=bixrfdmo

Дисципліна вільного вибору здобувачів

Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:				
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка
	5	150	18	-	36	-	96

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Мета курсу:	формування та розвиток у студентів загальних і професійних компетентностей щодо управління особистістю та міжособистісною взаємодією за рахунок системи методів впливу, спрямованих на клієнтів, потенційних клієнтів і партнерів, та побудови брендингу особистості для успішного розвитку кар'єри.
-------------	--

В результаті вивчення дисципліни здобувач має знати	В результаті вивчення дисципліни здобувач має вміти
<ul style="list-style-type: none"> – поняття маркетингу особистості, його роль і місце в системі маркетингу; – поняття особистості та чинники впливу на її діяльність; – сутність егомаркетингу; принципи прийняття поведінкових рішень; – ознаки маніпулятивного впливу в комунікаціях; – особливості міжособистісних комунікацій; – основні риси ефективного персонального бренду; – рівні розвитку і основні етапи розробки персонального бренду; – основу професійного самовизначення, складові іміджу молодого фахівця; – основні моделі ідентичності в персональному брендингу; – особливості онлайн і оффлайн каналів просування персонального бренду 	<ul style="list-style-type: none"> – розуміти місце маркетингу особистості в маркетингу різних організацій; – ідентифікувати психічні явища, процеси і властивості особистості; – здійснити вибір пріоритетного напрямку діяльності на основі персональної ідентичності; – будувати особистий імідж; – визначити основні якорі своєї кар'єри; – здійснювати ефективне використання теорії архетипів в брендингу; – опрацьовувати стратегічні аспекти особистого бренду; – створити план просування особистого бренду.

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми, оцінювання за тему	Вид заняття	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
РОЗДІЛ 1. «МІСЦЕ МАРКЕТИНГУ ОСОБИСТОСТІ В КЛАСІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ»		
Тема 1. Місце маркетингу особистості в соціально-економічній системі Знати: поняття маркетингу особистості, його роль і місце в системі маркетингу Вміти: розуміти місце маркетингу особистості в маркетингу різних організацій та в суспільстві Рекомендовані джерела: 1-8 Оцінювання за тему = 11 балів	Лекція 1 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 1 2 год.	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія, обговорення ситуаційного завдання. Обговорення місця маркетингу особистості в соціально-економічній системі.
	Практичне заняття 2 2 год.	Усне опитування, навчальна дискусія: «Яка різниця між маркетингом особистості в соціально-економічній системі та в особистих цілях?»
	Самостійна робота 10 год	Підготувати презентацію на одну з обраних тем: <ul style="list-style-type: none"> – Еволюція маркетингу особистості: від харизми до стратегічного брендингу. – Місце маркетингу особистості в маркетингу різних організацій.

Тема 2. Особистість: структура та особливості формування Знати: поняття особистості та чинники впливу на неї Вміти: ідентифікувати психічні явища, процеси і властивості особистості, що впливають на діяльність людини Рекомендовані джерела: 1-4 Оцінювання за тему = 11 балів	Лекція 2 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів.
	Практичне заняття 3 2 год.	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія, обговорення ситуаційного завдання Презентації з доповідями за індивідуальним завданням.
	Практичне заняття 4 2 год.	Усне опитування. Обговорення теорій особистості. Навчальна дискусія: «Як суспільство впливає на формування особистості?». Обговорення позитивних та негативних аспектів.
	Самостійна робота 10 год	Написати реферат (2-3 сторінки) на тему: «Як структура особистості визначає поведінку людини?».
Тема 3. Егомаркетинг як концепція саморозвитку і самоствердження Знати: сутність та принципи егомаркетингу, основи самопізнання і саморозвитку Вміти: вибудовувати зв'язки в суспільстві, виявляти, розвивати і задовольняти суспільних та міжособистісні потреби Рекомендовані джерела: 1-3 Оцінювання за тему = 11 балів	Лекція 3 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів.
	Практичне заняття 5 2 год.	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія, обговорення ситуаційного завдання
	Практичне заняття 6 2 год.	Усне опитування, Аналіз трьох прикладів успішних персональних брендів із використанням егомаркетингу.
	Самостійна робота 11 год.	Підготувати презентацію свого "его-плану" на наступні 5 років, яка містить: – цілі (особисті й професійні); – методи їх досягнення; – можливі виклики й способи їх подолання.
Тема 4. Подання особистості на ринку Знати: ознаки маніпулятивного впливу в комунікаціях, відмінності між маніпулюванням масовою свідомістю та індивідуальною в міжособистісних відносинах Вміти: застосовувати маніпулятивні технології у маркетингу особистості, управляти міжособистісними стосунками Рекомендовані джерела: 1-6 Оцінювання за тему = 11 балів	Лекція 4 2 год.	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 7 2 год.	Усне опитування, тестування. Начальна дискусія: "Етичні аспекти подання особистості на ринку: де проходить межа між самопрезентацією та маніпуляцією?" Презентації з доповідями за індивідуальним завданням
	Практичне заняття 8 2 год.	Усне опитування, навчальна дискусія: «Чи потрібно адаптувати самопрезентацію залежно від культури чи менталітету аудиторії?».
	Самостійна робота 11 год	Підготувати презентацію «Я-концепція» (Зміст, Резюме E standart, Soft Skills,Hard Skills, SWOT-аналіз).
Тема 5. Роль міжособистісного спілкування у маркетингу особистості Знати: поняття міжособистісних комунікацій, їхні види та класифікації, особливості структури спілкування, поняття, функції та типи конфліктів	Лекція 5 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 9 2 год.	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія «Які елементи невербальної комунікації найважливіші для формування позитивного враження?». Презентації з доповідями за індивідуальним завданням.
	Практичне заняття 10 2 год.	Усне опитування, навчальна дискусія: «Як стереотипи впливають на сприйняття особистості під час міжособистісного спілкування у маркетингу? Чи можливо використовувати ці стереотипи як перевагу, і якщо так, то як?»

<p>Вміти: застосовувати методики вирішення конфліктів, виявляти та руйнувати стереотипи, вести міжособистісні комунікації Рекомендовані джерела: 1-7</p> <p>Оцінювання за тему = 11 балів</p>	<p>Самостійна робота 12 год</p>	<p>Ознайомтеся із біографією та досягненнями Клаудії Голдін, яка отримала Нобелівську премію з економіки у 2023 році за дослідження ролі жінок на ринку праці. Проаналізуйте, як досягнення Клаудії Голдін можуть бути використані для просування її особистого бренду. Визначте, які стереотипи та гендерні бар'єри вона могла подолати на шляху до успіху. Підготуйте усну доповідь з цієї теми.</p>
РОЗДІЛ 2. «ПЕРСОНАЛЬНИЙ БРЕНДИНГ»		
<p>Тема 6. Основні етапи створення персонального бренду Знати: основні риси ефективного персонального бренду, рівні розвитку і основні етапи розробки персонального бренду, основні методи діагностики особистості Вміти: будувати персональний бренд, застосовувати методи діагностики особистості Рекомендовані джерела: 1- 5, 7,8</p> <p>Оцінювання за тему = 11 балів</p>	<p>Лекція 6 2 год.</p> <p>Практичне заняття 11 2 год.</p> <p>Практичне заняття 12 2 год.</p> <p>Самостійна робота 12 год</p>	<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів.</p> <p>Усне опитування, тестування. Модерована дискусія: "Як ефективно поєднати автентичність та стратегічне позиціонування при створенні персонального бренду?" Презентації з доповідями за індивідуальним завданням</p> <p>Усне опитування, тестування, завдання -аналіз:описати три основні помилки, яких припускаються люди під час створення персонального бренду та запропонувати рекомендації для їх уникнення.</p> <p>Створення концепції власного персонального бренду. Оформит план за такими етапами у вигляді презентації:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Визначення місії, цінностей і сильних сторін. – Вибір цільової аудиторії. – Розробка ключових повідомлень (слоган, стиль спілкування). – Створення контент-стратегії (ідеї для соціальних мереж або особистого блогу). – Вибір каналів просування.
<p>Тема 7. Професійний розвиток персонального бренду молодого фахівця Знати: основу професійного самовизначення, складові іміджу молодого фахівця Вміти: здійснити вибір пріоритетного напрямку діяльності на основі персональної ідентичності, будувати особистий імідж Рекомендовані джерела:</p> <p>Оцінювання за тему =11 балів</p>	<p>Лекція 7 2 год.</p> <p>Практичне заняття 13 2 год.</p> <p>Практичне заняття 14 2 год.</p> <p>Самостійна робота 10 год</p>	<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів.</p> <p>Усне опитування, тестування. Тренінг «Визначення своєї унікальної цінності». Вправа "Створення контент-плану для соціальних мереж". Презентації з доповідями за індивідуальним завданням.</p> <p>Усне опитування, тестування, навчальна дискусія: «Як сучасні технології (штучний інтелект, автоматизація) впливають на можливості розвитку особистого бренду?». Презентації з доповідями за індивідуальним завданням.</p> <p>Підготувати доповідь на одну з обраних тем:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Персональний бренд в епоху AI: як залишатися актуальним. – Персональний бренд vs. професійна репутація: ключові відмінності та точки перетину. – Персональний бренд у міжнародному контексті: адаптація до різних культур і ринків.
<p>Тема 8. Ідентичність як основа персонального брендингу. Архетипи в персональному брендингу Знати: основні моделі ідентичності в персональному брендингу Вміти: здійснювати ефективне використання теорії архетипів в брендингу Рекомендовані джерела: 1-5</p>	<p>Лекція 8 2 год.</p> <p>Практичне заняття 15 2 год.</p> <p>Практичне заняття 16 2 год.</p>	<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів.</p> <p>Усне опитування, тестування, навчальна дискусія: «Які архетипи, на вашу думку, найбільше підходять для створення персонального бренду в різних галузях (мода, бізнес, мистецтво)? Чому?». Презентації з доповідями за індивідуальним завданням</p> <p>Усне опитування, тестування. Кейси з використання архетипу у візуальному стилі бренду (кольори, шрифти, зображення). Тренінг: розробка контент-стратегії, яка відображає архетип (теми, типи контенту, канали). Презентації з доповідями за індивідуальним завданням.</p>

Оцінювання за тему = 11 балів	Самостійна робота 10 год.	Підготувати презентацію на одну з обраних тем: – Роль емоцій в персональному брендингу: як архетипи допомагають створити емоційний зв'язок з аудиторією. – Психологія архетипів в рекламі та маркетингу. – Суперечність архетипів: як поєднувати декілька архетипів у персональному бренді".
Тема 9. Розробка стратегії і способів просування персонального бренду	Лекція 9 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
Знати: особливості позиціонування персонального бренду, основні онлайн і офлайн канали просування персонального бренду	Практичне заняття 17 2 год	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія: «Що є більш важливим для успіху персонального бренду: автентичність чи стратегічне планування? Як поєднати ці два аспекти та які ризики можуть виникнути при недостатній увазі до одного з них?». Презентації з доповідями за індивідуальним завданням
Вміти: створювати план просування особистого бренду, транслювати характерні особливості я-бренду через основні канали просування	Практичне заняття 18 2 год	Усне опитування, тестування. Презентації з доповідями за індивідуальним завданням
Рекомендовані джерела: 2-5		
Оцінювання за тему = 12 балів	Самостійна робота 10 год.	– Визначте свою унікальну ціннісну пропозицію: що ви пропонуєте, що відрізняє вас від інших. – Сформулюйте місію та цінності свого персонального бренду. – Визначте цілі вашого персонального бренду: чого ви хочете досягти (наприклад, збільшення впізнаваності, залучення нових клієнтів, підвищення експертності). – Розробіть стратегію позиціонування: як ви хочете, щоб вас сприймала ваша цільова аудиторія.

МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран. Комп'ютерний клас для проведення практичних занять. Програмне забезпечення: ОС Windows, MS Office, доступ до онлайн-додатків, періодичних видань та інших інтернет-джерел, до електронної бібліотеки ДУІКТ, до віртуального навчального середовища Google Workspace for Education, інформації сайту Університету.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Григорчук Т.В. Брендинг: навчальний посібник для дистанційного навчання URL: https://sites.google.com/site/brendingsoccult/brandingin_business_activities
2. Єсмаханова А.У., Совершенна І.О., Одинокий А.Е. Особливості брендингу в Інтернет-середовищі. Маркетинг майбутнього: виклики та реалії. Матеріали III Міжнародної науково-практичної Інтернет- конференції (м.Київ, 10 червня). ДУТ. Київ, 2021. С.23- 26. https://dut.edu.ua/uploads/p_2099_7537_7653.pdf
3. Колесник Ю. Люди купують у людей. Як побудувати бренд, маркетинг і комунікацію малого бізнесу та стартапів. *Stretovych*. 2024. 328 с.
4. Мохонько, А. Ю., Чердиченко, В. В. (2021) Управління брендами. Актуальні проблеми природничих і гуманітарних наук у дослідженнях молодих учених «Родзинка – 2021»: XXIII Всеукраїнська наукова конференція молодих учених. с. 310-311. URL: <https://eprints.cdu.edu.ua/id/eprint/5316>
5. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. «Маркетинг: теорія і практика»: підруч. Луцьк: Волиньполіграф, 2022. 408 с. <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2277/view/99>
6. Савченко С.О., Сукач О.М. Маркетинг: навчально-практичний посібник. Черкаси: Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова, 2024. 151с. https://duikt.edu.ua/uploads/1_160_36762975.pdf
7. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг: навч.посібник.Львів:Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347с. https://duikt.edu.ua/uploads/1_2_16233860.pdf
8. Софієнко А.В., Шукліна В.В., Набока Р.М. Теоретичний маркетинг: Навчальний посібник. 2-е вид., переробл. і допов. Херсон: Книжкове видавництво ФОП Вишемирський, 2021. 494 с. https://duikt.edu.ua/uploads/1_22_64247157.pdf

ДОДАТКОВА ЛІТЕРАТУРА

Періодичні видання іноземних держав

9. Market Research Society (US) Сайт: <http://www.marketingresearch.org/>
10. Europe`s Finest 2023. URL: <https://www.esmmagazine.com/search?q=europe%60s+finest+2023>

11. Journal of Product & Brand Management. Сайт: <https://www.emeraldgrouppublishing.com/journal/jpbm>
12. Journal of Personal Branding Сайт: <https://www.personalbrandingmag.com/>
13. Harvard Business Review. Сайт: <https://hbr.org/>

Періодичні видання і сайти України

14. Українська асоціація маркетингу Сайт: <http://uam.in.ua>
15. Pulse UA. Сайт: <https://www.pulse.ua/merchandising>.
16. Дисплей Україна. Сайт: <https://d-u.com.ua/>
17. Економічний простір. Сайт: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/189-13>

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.
- Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.
- Якщо здобувач відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.
- За ініціативою викладача зміст даного курсу оновлюється щорічно, враховуючи зміни у законодавстві України, наукові досягнення за тематикою освітньої компоненти. Здобувачі також можуть долучатись до оновлення дисципліни шляхом подання пропозицій викладачу.
- Здобувачі мають право на перезарахування результатів навчання набутих у **неформальній та інформальній освіті** згідно «Положення про неформальну освіту Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій» https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_35048489.pdf

Правила академічної доброчесності

- Здобувачі освіти у своїй навчальній діяльності зобов'язані дотримуватися цінностей, принципів і правил академічної доброчесності.
- Кожне навчальне завдання має бути виконане самостійно, крім випадків, коли його виконання передбачає участь декількох осіб або правилами виконання відповідних завдань дозволено отримання допомоги від інших осіб, використання допоміжних матеріалів та засобів, мережі Інтернет тощо.
- Кожен здобувач освіти у разі використання у своєму академічному творі результатів інтелектуального творіння інших авторів (текстів, ідей, розробок, тверджень, відомостей, думок тощо) зобов'язаний зробити посилання на відповідне джерело інформації.
- Навчальна робота може включати (повністю або частково) попередню навчальну роботу здобувача освіти лише у тому випадку, якщо це прямо дозволено умовами навчального завдання.
- В аудиторії здобувачі не допускаються до списування та обману – за порушення принципів академічної доброчесності викладач може накладати санкції: зниження балів, повернення роботи на доопрацювання, не допущення до захисту роботи та ін.

Здобувачі можуть ознайомитися із Кодексом академічної доброчесності Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій на сторінці сайту: https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_96297052.pdf

КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Використовується накопичувальна (100 бальна) система оцінювання. Поточна успішність складається з успішності за активність під час лекцій, роботу на практичних заняттях, виконання завдань під час самостійної роботи. Всі завдання оцінюються відповідно вимог щодо змістовності та встановлених строків виконання і їх здачі. 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 ННІМП. Оцінка комісії є остаточною. У випадку отримання студентом 0 балів (неприйнятно), що тягне відрахування за невиконання навчального плану.

Для отримання додаткових балів, студент повинен надати копію сертифіката або друкованої публікації чи письмове повідомлення видавця, про прийняття до друку публікації. Тематика публікації (вебінара, курсу) повинна відповідати змісту дисципліни, 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. Разом це є підсумковою оцінкою за вивчення навчальної дисципліни. Максимальна кількість балів – 100, мінімальна кількість балів – 60.

Форми контролю / Види навчальної роботи	Оцінювання
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ:	
<i>Робота на заняттях, у т.ч.</i>	
участь у експрес-опитуванні	за кожную правильну відповідь - 0,25 бали
доповідь з презентацією за тематикою самостійної роботи	за кожную презентацію (реферат) максимум – 5 балів (оцінка залежить від повноти розкриття теми, якості інформації, самостійності та креативності матеріалу, якості презентації і доповіді)
усне опитування, рішення практичних задач	за кожную правильну відповідь – 0,25 бали
участь у обговоренні ситуаційного завдання	за кожную правильну відповідь – 0,5 бали
участь у діловій грі, навчальній дискусії	за кожную участь - 0,25 бали
Додаткова оцінка за видами діяльності за тематикою дисципліни	
Участь у вебінарах, тренінгах	за кожні 0,1 кредити (3 год.) участі з отриманням сертифікату - 3 бали
Тези доповіді за участю у конференції	за кожні тези, які опубліковані - 3 бали
Стаття у виданні в Україні	за кожную статтю, яка опублікована - 5 балів
Стаття у іноземному виданні	за кожную статтю, яка опублікована - 8 балів
РУБІЖНЕ ОЦІНЮВАННЯ:	Модульний контроль № 1 максимальна оцінка – 10 балів Модульний контроль № 2 максимальна оцінка – 10 балів
ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ: диференційований залік	За накопичувальною системою оцінювання: максимальна кількість балів – 100, мінімальна – 60
Здобувачу, який має підсумкову оцінку за дисципліну від 35 до 59 балів, призначається додаткова залікова сесія. В цьому разі він повинен виконати додаткові завдання, визначені викладачем. Підсумкова оцінка до 34 балів є підставою для обов'язкового повторного вивчення курсу. Здобувач має право на два перескладання. При повторному перескладанні, залік приймає комісія, яка створюється директором ННІМП. Оцінка комісії є остаточною. Здобувач має право на опротестування результатів контролю (апеляцію). Правила подання та розгляду апеляції визначені внутрішніми документами ДУІКТ	

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 силабусу 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 силабусом, або студент проявляє невпевненість в тлумаченні теоретичних положень чи складних практичних завдань	Високий Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в силабусі 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 силабусу 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 силабусу 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	Достатній Конкретний рівень, за вивченим матеріалом силабусу дисципліни.	Добре / Зараховано (С)

	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.	Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	
67-74	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений силябусом 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 силябусі 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 силябусу дисципліни	Задовільно / Зараховано (E)
35-59	Студент може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що силябус 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.	Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни	Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не зараховано (FX) <i>В залікову книжку не проставляється</i>
0-34	Студент повністю не виконав вимог силябусу 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) <i>В залікову книжку не проставляється</i>