

**СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ ВІЛЬНОГО ВИБОРУ ЗДОБУВАЧІВ
«МАРКЕТИНГОВИЙ СУПРОВІД ПРОЕКТІВ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ»**

| | |
|--|---|
| Лектор курсу | Дарчук Вероніка Геннадіївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу |
| Контактна інформація лектора (e-mail) | v.darchuk@duikt.edu.ua; |
| Сторінка курсу в Google Classroom | https://classroom.google.com/c/ODQzNDM2OTkwMzE5 |

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

Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

| | |
|--|---|
| Освітні компоненти, які передують вивченню | Дисципліна вільного вибору, рекомендована для здобувачів вищої освіти освітнього рівня «Бакалавр» |
| Освітні компоненти для яких є базовою | |

| | |
|--------------------|---|
| 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. |
|--------------------|---|

В результаті вивчення дисципліни здобувач має знати

| |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> – базові принципи організації та функціонування маркетингового супроводу проектів ТК підприємств – головні етапи аналізу ринку та конкурентного аналізу в маркетинговому супроводі проектів – основні напрями розробки ефективної маркетингової стратегії проекту ТК підприємства в рамках аутсорсингу – методи поведінкової лояльності споживачів до бренду проекту – сутність управління товарною та збутовою політикою ТК підприємств в рамках аутсорсингу, методи оцінки якості та конкурентоспроможності продукції, послуг ТК підприємства на основі використання методів ABC, XYZ аналізів функцій маркетингового супроводу комунікаційної політики проекту та Інтернет-маркетингу – заходи маркетингового аудиту та оцінки веб-сайту проекту та Інтернет заходів принципи оцінки, розробки та проведення рекламних кампаній для просування проекту ТК підприємств – формули розрахунку ефективності маркетингового супроводу проекту для діяльності ТК підприємства |
|--|

В результаті вивчення дисципліни здобувач має вміти

| |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> – приймати рішення щодо вибору підприємств маркетингового супроводу проекту в Україні для підприємств телекомунікацій – документально оформлювати результати маркетингового аудиту проекту – використовувати інструменти PEST, PEEST, SNW аналізів ринкового середовища проекту – формувати концепцію ефективної маркетингової стратегії проекту ТК підприємства – складати програми лояльності споживачів до бренду проекту ТК підприємств – приймати рішення щодо підвищення конкурентоспроможності товарів та послуг проекту ТК підприємства, впроваджувати знижки – складати план заходів щодо розробки ефективної комунікаційної політики – приймати рішення щодо розробки ефективної digital стратегії просування продукції та бренду в Інтернеті – використовувати інструменти оцінки, розробки та проведення рекламних кампаній для просування проекту ТК підприємств – проводити розрахунок ефективності маркетингового супроводу проекту для діяльності ТК підприємства |
|--|

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

| Тема, опис теми | Вид заняття | Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи |
|---|-------------|---|
| Розділ 1 «ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОГО СУПРОВІДУ ПРОЕКТІВ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ» | | |

| | | |
|---|-------------------------------|--|
| Тема 1. Основи маркетингового супроводу проектів телекомунікаційних підприємств Знати: базові принципи організації та функціонування маркетингового супроводу проектів ТК підприємств Вміти: приймати рішення щодо вибору підприємств маркетингового супроводу проекту в Україні для підприємств телекомунікацій Рекомендовані джерела: 1,2,5,8 | Лекція 1 2 год. | Пояснювально – ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів |
| | Практичне заняття 1 2 год. | Усне опитування, тестування, навчальна дискусія, обговорення ситуаційного завдання |
| | Самостійна робота 10 год. | Маркетингові функції як предмет маркетингового супроводу ТК підприємств. |
| Тема 2. Маркетинговий аудит проекту як основний напрямок аутсорсингу телекомунікаційних підприємств Знати: основи застосування маркетингового аудиту проекту як основний напрямок аутсорсингу ТК підприємств Вміти: документально оформлювати результати маркетингового аудиту проекту Рекомендовані джерела: 1-5 | Лекція 2 2 год. | Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів |
| | Практичне заняття 2 2 год. | Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни |
| | Практичне заняття 3 2 год. | Усне опитування, тестування, навчальна дискусія |
| | Самостійна робота 10 год. | Особливості сучасного маркетингового аутсорсингу на підприємствах телекомунікацій в Україні. Обґрунтування вибору підприємств маркетингового супроводу проекту в Україні для підприємств телекомунікацій. |
| Тема 3. Аналіз ринку як частина маркетингового супроводу проектів телекомунікаційних підприємств Знати: головні етапи аналізу ринку та конкурентного аналізу в маркетинговому супроводі проектів Вміти: використовувати інструменти PEST, PEEST, SNW аналізів ринкового середовища проекту Рекомендовані джерела: 1-3,5,7 | Лекція 3 2 год. | Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів |
| | Практичне заняття 4 2 год. | Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією результатів виконання індивідуального завдання, вирішення практичних задач |
| | Практичне заняття 5 2 год. | Усне опитування, навчальна дискусія |
| | Самостійна робота 10 год. | Оцінка попиту на продукт проекту ТК підприємств. Вивчення характеристик ринку, на який спрямовано продукт проекту. Оцінка фактичної та потенційної ємності ринку. |
| Тема 4. Аутсорсинг розробки ефективної маркетингової стратегії проекту телекомунікаційного підприємства | Лекція 4 2 год. | Пояснювально – ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів |

| | | |
|--|--|--|
| <p>Знати: основні напрями розробки ефективної маркетингової стратегії проекту ТК підприємства в рамках аутсорсингу</p> <p>Вміти: формувати концепцію ефективної маркетингової стратегії проекту ТК підприємства</p> <p>Рекомендовані джерела: 1-8</p> | <p>Практичне заняття 6 2 год.</p> | <p>Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни</p> |
| | <p>Практичне заняття 7 2 год.</p> | <p>Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни</p> |
| | <p>Самостійна робота 10 год.</p> | <p>Сутність та види маркетингової стратегії проектів ТК підприємств. Оцінка ефективності діючої стратегії маркетингу проекту ТК підприємств.</p> |
| <p>Тема 5. Маркетинговий супровід бренд-аудиту та аналізу лояльності споживачів до бренду проекту телекомунікаційного підприємства</p> <p>Знати: методи поведінкової лояльності споживачів до бренду проекту</p> <p>Вміти: складати програми лояльності споживачів до бренду проекту ТК підприємств</p> <p>Рекомендовані джерела: 2, 4-7</p> | <p>Лекція 5 1 год.</p> | <p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p> |
| | <p>Практичне заняття 8 2 год.</p> | <p>Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни</p> |
| | <p>Практичне заняття 9 2 год.</p> | <p>Проведення модульного контролю №1 «Основи маркетингового супроводу проектів телекомунікаційних підприємств»</p> |
| | <p>Самостійна робота 10 год.</p> | <p>Сутність та складові елементи бренд-аудиту. Показники оцінки конкурентів: оцінка продуктів, часта ринку, діючі маркетингові стратегії, представлення в Інтернеті, відгуки, методи просування, технічний і технологічний рівень і т.д.</p> |
| <p>Розділ 2 «ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОГО СУПРОВОДУ ПРОЕКТІВ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ»</p> | | |
| <p>Тема 6. Управління товарною та збутовою політикою телекомунікаційного підприємств в рамках аутсорсингу</p> <p>Знати: сутність управління товарною та збутовою політикою ТК підприємств в рамках аутсорсингу, методи оцінки якості та конкурентоспроможності продукції, послуг ТК підприємства на основі використання методів ABC, XYZ аналізів</p> <p>Вміти: приймати рішення щодо підвищення конкурентоспроможності товарів та послуг проекту ТК підприємства, впроваджувати знижки</p> <p>Рекомендовані джерела: 1-9</p> | <p>Лекція 6 2 год.</p> | <p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p> |
| | <p>Практичне заняття 10 2 год.</p> | <p>Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни</p> |
| | <p>Практичне заняття 11 2 год.</p> | <p>Усне опитування, навчальна дискусія</p> |
| | <p>Самостійна робота 10 год.</p> | <p>Методи оцінки якості та конкурентоспроможності продукції, послуг ТК підприємства на основі використання методів ABC, XYZ аналізів. Побудова багатокутника конкурентоспроможності підприємств.</p> |
| <p>Тема 7. Маркетинговий супровід комунікаційної політики проекту телекомунікаційного підприємства</p> <p>Знати: функції маркетингового супроводу комунікаційної політики проекту та Інтернет-маркетингу</p> | <p>Лекція 7 2 год.</p> | <p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p> |
| | <p>Практичне заняття 12 2 год.</p> | <p>Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни, ділова гра</p> |

| | | |
|--|--|--|
| <p>Вміти: складати план заходів щодо розробки ефективної комунікаційної політики проекту Рекомендовані джерела: 1-7,9</p> | <p>Практичне заняття 13 2 год.</p> | <p>Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни</p> |
| | <p>Самостійна робота 10 год.</p> | <p>Напрямки оцінки комунікаційної політики проекту ТК підприємства. Етапи проведення оцінки комунікаційної політики проекту ТК Підприємства.</p> |
| <p>Тема 8. Аутсорсинг Інтернет-маркетингу проекту телекомунікаційного підприємства Знати: заходи маркетингового аудиту та оцінки веб-сайту проекту та Інтернет заходів Вміти: приймати рішення щодо розробки ефективної digital стратегії просування продукції та бренду в Інтернеті Рекомендовані джерела: 1-9</p> | <p>Лекція 8 2 год.</p> | <p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p> |
| | <p>Практичне заняття 14 2 год.</p> | <p>Усне опитування, навчальна дискусія, вирішення практичних задач, тестування</p> |
| | <p>Практичне заняття 15 2 год.</p> | <p>Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни</p> |
| | <p>Самостійна робота 10 год.</p> | <p>Створення, оптимізація та просування сайту, адміністрування груп у соціальних мережах. Розробка ефективної digital стратегії просування продукції та бренду в Інтернеті.</p> |
| <p>Тема 9. Маркетинговий супровід оцінки, розробки та проведення рекламних кампаній для просування проекту телекомунікаційного підприємства Знати: принципи оцінки, розробки та проведення рекламних кампаній для просування проекту ТК підприємств Вміти: використовувати інструменти оцінки, розробки та проведення рекламних кампаній для просування проекту ТК підприємств Рекомендовані джерела: 2-9</p> | <p>Лекція 9 1 год.</p> | <p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p> |
| | <p>Практичне заняття 16 2 год.</p> | <p>Усне опитування, навчальна дискусія, вирішення практичних задач, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни</p> |
| | <p>Самостійна робота 10 год.</p> | <p>Сутність рекламної діяльності за проектом. Налаштування і супровід контекстно-медійної реклами, реклами в соціальних мережах.</p> |
| <p>Тема 10. Оцінка ефективності маркетингового супроводу проекту для телекомунікаційного підприємства Знати: формули розрахунку ефективності маркетингового супроводу проекту для діяльності ТК підприємства Вміти: проводити розрахунок ефективності маркетингового супроводу проекту для діяльності ТК підприємства Рекомендовані джерела: 3-5,8</p> | <p>Лекція 10 2 год.</p> | <p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p> |
| | <p>Практичне заняття 17 2 год.</p> | <p>Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни</p> |
| | <p>Практичне заняття 18 2 год.</p> | <p>Проведення модульного контролю №2 «Практичні аспекти маркетингового супроводу проектів телекомунікаційних підприємств»</p> |
| | <p>Самостійна робота 10 год.</p> | <p>Показники ефективності маркетингового супроводу проекту для ТК підприємства. Формули розрахунку ефективності маркетингового супроводу проекту для діяльності ТК підприємства.</p> |
| 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 ДУКТ, до віртуального навчального середовища Zoom; Google Workspace for Education, інформації сайту Університету

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Дарчук В.Г. Аналіз та планування маркетингової діяльності. Навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2019. 146 с. <http://www.dut.edu.ua/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., Корягін М.В. Маркетинговий аудит. 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. Конкурентоспроможність підприємства: *навч. посіб.* 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., Жарська І.О. Поведінка споживача: *навч. посіб.* 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. Ковшун Н. Е., Левун О. І. Аналіз та реалізація проектів : навч. посіб. Рівне : НУВГП, 2022. 350 с.

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 здобувач відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.
- Здобувач, який спізнився без поважної причини, вважається таким, що пропустив заняття 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 здобувач за виконання завдання отримує 0 балів
- За ініціативою викладача зміст даного курсу планується оновлювати щорічно, враховуючи зміни у законодавстві України, наукові досягнення .. Здобувачі також можуть долучатись до оновлення дисципліни шляхом подання пропозицій викладачу стосовно новітніх змін .. За таку ініціативу студенти можуть отримати додаткові бали.

НЕФОРМАЛЬНА ТА ІНФОРМАЛЬНА ОСВІТА

Здобувачі мають право на перезарахування результатів навчання набутих у неформальній та інформальній освіті згідно «Положення про неформальну освіту Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій» chrome-extension://efaidnbmninnkcbajpcgglefindmkaj/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 [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_96297052.pdf?2](https://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_96297052.pdf?2)

КРИТЕРІЙ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Умовою допуску до підсумкового контролю є виконання всіх практичних робіт і виконання самостійних завдань, які передбачені структурою освітньої компоненти «Маркетинговий супровід проєктів тк підприємств»

Якщо здобувача вищої освіти не допущено до складання заліку, як такого, що не виконав індивідуальний план, йому надається час до перескладання для виконання всіх вимог допуску. Здобувач має право на два перескладання. При повторному перескладанні, залік може приймати комісія, яка створюється директором ННІМП. Оцінка комісії є остаточною. Отримання студентом 0 балів (неприйнятно) тягне відрахування за невиконання навчального плану.

Оцінювання студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою і складається із двох основних оцінкових блоків і розподіляється в певних пропорціях 60 (бали на працьовані під час вивчення дисципліни – Поточний контроль), 40 (підсумкове оцінювання - Залік):

| Форми контролю | Види навчальної роботи | Оцінювання |
|---|---|-------------------|
| ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ | <i>Робота на заняттях, у т.ч.:</i> | |
| | • Виконання практичних робіт | 40 балів |
| | • Самостійна робота | 20 балів |
| ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ Залік | Залік проходить в усній формі. | 40 балів |
| | Додаткова оцінка | Оцінювання |
| Види навчальної роботи | | |
| Участь у наукових конференціях, підготовка наукових публікацій за тематикою освітньої компоненти: | | |
| | Тези доповіді на фаховій конференції | 3 бали |
| | Стаття у фаховому виданні | 5 балів |
| | Стаття в іноземному рецензованому виданні | 10 балів |
| Максимальна кількість додаткових балів, які можуть бути зараховані здобувачу освіти - 10 балів | | |

ПІДСУМКОВА ОЦІНКА ЗА ДИСЦИПЛІНУ

| бали | Критерії оцінювання | Рівень компетентності | Оцінка / запис в заліковій 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. | Високий Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в робочій програмі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках | Відмінно / Зараховано (А) |

| | | | |
|-------|---|---|---|
| | 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 силабусом, або студент проявляє невпевненість в тлумаченні теоретичних положень чи складних практичних завдань | 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. | |
| 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 (B) |
| 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 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) |
| 74-74 | Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений силабусом 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) |
| 60-63 | Студент має певні знання, передбачені в силабусі 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 силабус 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 формулюються 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 силабусу 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> |