

# СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ ВІЛЬНОГО ВИБОРУ ЗДОБУВАЧІВ «B2B МАРКЕТИНГ»

<b>Лектор курсу</b>	Дарчук Вероніка Геннадіївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу
<b>Контактна інформація лектора (e-mail)</b>	<a href="mailto:v.darchuk@duikt.edu.ua">v.darchuk@duikt.edu.ua</a>
<b>Сторінка курсу в Google Classroom</b>	<a href="https://classroom.google.com/c/NzA3NTE3MjEyMDAw?cjc=jx24db">https://classroom.google.com/c/NzA3NTE3MjEyMDAw?cjc=jx24db</a>

## 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

<b>Мета курсу:</b>	формування у студентів загальних і професійних компетентностей щодо особливостей маркетингової діяльності на промисловому ринку і ринку B2B в малому і середньому бізнесі.
--------------------	--

В результаті вивчення дисципліни здобувач має знати	В результаті вивчення дисципліни здобувач має вміти
<ul style="list-style-type: none"> <li>– поняття, мету и функції B2B маркетингу; відмінність між B2B та B2C маркетингу; масштаби бізнес-маркетингу і умови формування бізнес-ринків</li> <li>– особливості маркетингу на ринку B2B; критерії сегментації ринку B2B; взаємозв'язок моделей ринків.</li> <li>– основні моделі ринку B2B; маркетингові комунікаційні стратегії на ринку B2B; особливості просування бренду підприємства в торгівельній індустрії.</li> <li>– маркетингові комунікаційні стратегії на ринку B2B; моделі організаційної купівельної поведінки.</li> <li>– 4P комплекс міжнародного B2B маркетингу; методи побудови та оцінки маркетингових стратегій кожного P в глобальному контексті;</li> <li>– основні засоби маркетингових комунікацій в системі управління продажами та каналами дистрибуції на ринку B2B.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– формулювати мету та функції B2B маркетингу</li> <li>– сегментувати ринок B2B.</li> <li>– будувати стратегію просування бренду</li> <li>– порівнювати маркетингові рішення на діловому (B2B) і споживчому ринках</li> <li>– ефективно виконати B2B маркетинг в глобальному контексті</li> <li>– знаходити зв'язок бренд-менеджменту з бізнес-стратегією розвитку підприємства на ринку B2B.</li> </ul>

## ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми	Вид заняття	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
<b>Розділ 1. ОСНОВИ B2B МАРКЕТИНГУ. ТЕНДЕНЦІ B2B.</b>		
<b>Тема 1. Основи B2B маркетингу.</b> Поняття B2B маркетингу. Відмінність B2B та B2C маркетингу. Масштаби бізнес-маркетингу і умови формування бізнес-ринків. Засоби просування, характерні для промислового маркетингу: персональні продажі, реклама, прямий маркетинг, методи стимулювання збуту. Персональні продажі та реклама на ринку B2B. Методи стимулювання збуту на ринку B2B маркетингу. <u><b>Знати:</b></u> поняття, мету и функції B2B маркетингу; відмінність між B2B та B2C маркетингу; масштаби бізнес-маркетингу і умови	Лекція 1 2 год.	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 1 2 год.	Усне опитування, тестування. Виконання практичних завдання щодо Доповідь з презентацією за темою «Умови формування бізнес-ринків».
	Лекція 2 2 год.	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 2 2 год.	Усне опитування, тестування Ділова гра «Створення рекламної компанії для B2B ринку»

<p>формування бізнес-ринків  <u>Вміти:</u> сформулювати мету та функції B2B маркетингу  <u>Рекомендовані джерела:</u> 1-8  <b>Оцінювання за тему = 15 балів</b></p>	<p>Практичне заняття 3 2 год.</p>	<p>Усне опитування, тестування          Кейс: Класифікація засобів стимулювання збуту на ринку B2B.</p>
	<p>Самостійна робота 16 год.</p>	<p>Значення контент-маркетингу та його майбутнє в B2B-секторі.          Бізнес для бізнесу виробничих компаній.</p>
<p>Тема 2. <b>Попит на B2B ринку.</b>          Маркетинг ринку B2B. Критерії сегментації ринку B2B.          Взаємозв'язок моделей ринків.          Особливості процесу закупівлі на ринку B2B.          Критерії сегментації ринку B2B.          Складність процесу закупівлі.          Електронна комерція: маркетингові мережі та інфраструктура ринку.  <u>Знати:</u> особливості маркетингу на ринку B2B; критерії сегментації ринку B2B; взаємозв'язок моделей ринків.  <u>Вміти:</u> сегментувати ринок B2B.  <u>Рекомендовані джерела:</u> 1-8  <b>Оцінювання за тему = 15 балів</b></p>	<p>Лекція 3 2 год.</p>	<p>Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів</p>
	<p>Практичне заняття 5 2 год.</p>	<p>Усне опитування, тестування, тематична дискусія «Завдання процесу закупівлі на ринку B2B: придбати товар за оптимальною ціною в необхідній кількості в певний час і конкретному місці.</p>
	<p>Лекція 4 2 год.</p>	<p>Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів</p>
	<p>Практичне заняття 6 2 год.</p>	<p>Усне опитування, тестування          Доповідь з презентацією за темою заняття. Практична робота «Процес закупівлі на B2B ринку»</p>
	<p>Практичне заняття 7 2 год.</p>	<p>Усне опитування, тестування          Доповідь з презентацією за темою заняття. Усне опитування, навчальна дискусія «Попит на B2B ринку». Кейс «Клондайк для інвесторів»</p>
	<p>Самостійна робота 16 год.</p>	<p>Поняття B2B і корпоративні продажі.          Програма розвитку B2B продажів.</p>
	<p>Лекція 5 2 год.</p>	<p>Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів</p>
<p>Тема 3. <b>Формування маркетингової стратегії на B2B ринку.</b>          Бізнес для бізнесу виробничих компаній — діяльність компаній-постачальників щодо забезпечення виробничих компаній послугами, засобами виробництва, а також товарами, призначеними для виробництва інших товарів (витратні матеріали, запчастини для верстатів, вихідна сировина і товари для подальшої переробки).  <u>Знати:</u> основні моделі ринку B2B; маркетингові комунікаційні стратегії на ринку B2B; особливості просування бренду підприємства в торгівельній індустрії.  <u>Вміти:</u> будувати стратегію просування бренду  <u>Рекомендовані джерела:</u> 1-8  <b>Оцінювання за тему = 20 балів</b></p>	<p>Практичне заняття 8 2 год.</p>	<p>Усне опитування, тестування. Тренінг: Розробити схему (алгоритм) побудови стратегії B2B.</p>
	<p>Практичне заняття 9 2 год.</p>	<p>Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.</p>
	<p>Лекція 6 2 год.</p>	<p>Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів</p>
	<p>Практичне заняття 10 2 год.</p>	<p>Усне опитування, навчальна дискусія «Особливості маркетингу на ринку B2B», доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.</p>
	<p>Практичне заняття 11 2 год.</p>	<p>Усне опитування, тестування. Ділова гра: Контент-маркетингу та його майбутнє в B2B-секторі</p>
	<p>Самостійна робота 16 год.</p>	<p>E-commerce рішення для B2B.</p>

## Розділ 2. «УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖАМИ І КАНАЛАМИ ДИСТРИБУЦІЇ НА В2В РИНКУ»

<p>Тема 4. <b>Закупівлі та купівельна поведінка на В2В ринках.</b> Ділова купівельна поведінка: продажі на ділових (B2B) ринках. Модель організаційної купівельної поведінки. <b>Знати:</b> маркетингові комунікаційні стратегії на ринку B2B; моделі організаційної купівельної поведінки. <b>Вміти:</b> порівнювати маркетингові рішення на діловому (B2B) і споживчому ринках. <b>Рекомендовані джерела:</b> 1-8 <b>Оцінювання за тему = 15 балів</b></p>	Лекція 7 2 год.	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 12 2 год.	Усне опитування, ділова гра «Як нарощувати аудиторію: від першої сотні і тисячі до ядра передплатників, які вам довіряють»
	Практичне заняття 13 2 год.	Тестування, опитування Ситуаційне завдання 1. Залучення аудиторії: опитування, ефіри, вірусний контент, call to action, колаборації, конкурси, марафони Ситуаційне завдання 2. Работа з блогерами. СЕО - просування
	Самостійна робота 16 год.	Ділова купівельна поведінка: продажі на ділових (B2B) ринках. Модель організаційної купівельної поведінки
<p>Тема 5. <b>Маркетинговий аналіз на ринку В2В і конкурентна розвідка.</b> Концепцію 4Ws, що використовується при В2В маркетинговому підході. Методи побудови та оцінка маркетингових стратегій в глобальному контексті. Міждержавні та міжгалузеві інновації В2В ринку. <b>Знати:</b> 4Р комплекс міжнародного В2В маркетингу; методи побудови та оцінки маркетингових стратегій кожного Р в глобальному контексті; <b>Вміти:</b> ефективно виконати В2В маркетинг в глобальному контексті; <b>Рекомендовані джерела:</b> 1-8 <b>Оцінювання за тему = 15 балів</b></p>	Лекція 8 2 год.	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 14 2 год.	Усне опитування, навчальна дискусія «Оцінка маркетингових стратегій в глобальному контексті».
	Практичне заняття 15 2 год.	Усне опитування, тестування. Презентація проведених досліджень за варіантами «Маркетингове міжнародне середовище сучасних компаній».
	Самостійна робота 16 год.	Діловий (у тому числі галузевий) попит являється похідним від споживчого, витікає з нього. Попит на метал з боку машинобудівних компаній залежить від попиту на продукцію машинобудування. Попит на газетний папір визначається попитом на газети.
<p>Тема 6. <b>Управління продажами і каналами дистрибуції на В2В ринку</b> Надання послуг, як засіб підвищення конкурентоспроможності учасників В2В ринку. Моделювання та оптимізація рівня сервісу на ринку В2В. Логістика сервісного відгуку - SRL. Сучасні методи здійснення закупок і розміщення замовлень з використанням стандартів EDI та EDIFACT. Розміщення замовлень. Обґрунтування розміру та інтервалу поставок. Проблеми створення ланцюгів постачання. Сутність системи бізнес-аналітики та її значення для підприємства. <b>Знати:</b> основні засоби маркетингових комунікацій в системі управління продажами та каналами дистрибуції на ринку В2В. <b>Вміти:</b> знаходити зв'язок бренд-менеджменту з бізнес-стратегією розвитку підприємства на ринку В2В. <b>Рекомендовані джерела:</b> 1-8 <b>Оцінювання за тему = 20 балів</b></p>	Лекція 9 2 год.	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 16 2 год.	Усне опитування, навчальна дискусія «Оптимізація рівня сервісу на ринку В2В».
	Практичне заняття 17 2 год.	Усне опитування, навчальна дискусія «Стандарти якості на ринку В2В».
	Практичне заняття 18 2 год.	Модульний контроль 2. Управління продажами і каналами дистрибуції на В2В ринку.
	Самостійна робота 16 год.	Сучасні методи здійснення закупок і розміщення замовлень з використанням стандартів EDI та EDIFACT. Розміщення замовлень. Обґрунтування розміру та інтервалу поставок. Проблеми створення ланцюгів постачання.

## 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. Виноградова О.В., Дарчук В. Г., Пінчук В.М (2023). Тенденції розвитку інтернет-маркетингу на ринку світлопрозорих конструкцій у секторі В2В. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. № 3. 2023. С.4-9. <https://doi.org/10.31673/2415-8089.2023.030409>.
2. Виноградова О. В., Дрокіна Н. І., Дарчук В. Г. Можливості месенджер-маркетингу для просування товарів та послуг в Інтернеті. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2020. No 1. С. 11–20.
3. Березюк В. О. Інструментарій маркетингових комунікацій в інтернет- середовищі: класифікація та специфіка використання. *Ефективна економіка*. 2021. No 4. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4\\_2021/204.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2021/204.pdf).
4. Бойко Н.О. Сучасний алгоритм розробки стратегії та тактики інтернет-маркетингу на В2В ринку. *Економіка розвитку*. Т. 22, № 1, 2023. С. 50-58 <https://doi.org/10.57111/econ/1.2023.50>
5. Брадулов П. О., Ординський В. І. Стратегія застосування інструментів Інтернет-маркетингу для В2В сектора. *Бізнес Інформ*. 2020. №8. С. 251–259. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-8-251-259>
6. Іздебський Василь. Що таке В2В продажі та які їх ключові особливості. WEZOM. 03.11.2023. <https://wezom.com.ua/ua/blog/chto-takoe-b2b-prodazhi>
7. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «B2B MARKETING» 2021. НТУ України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського». [https://marketing.kpi.ua/files/b2b/2021/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA\\_%D1%82%D0%B5%D0%B7\\_B2B\\_Marketing-2021.pdf](https://marketing.kpi.ua/files/b2b/2021/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA_%D1%82%D0%B5%D0%B7_B2B_Marketing-2021.pdf)
8. Ніколаєнко І.В., Гальченко В.І. Особливості інтернет-продажів в В2В-секторі. *Держава та регіони*. Серія: Економіка та підприємництво, 2021 р., № 6 (123). С.58-62. [http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2021/6\\_2021/11.pdf](http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2021/6_2021/11.pdf)

## 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](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](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
<b>ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ:</b>	
<i>Робота на заняттях, у т.ч.</i>	
участь у експрес-опитуванні	за кожен правильну відповідь - 0,5 бали
доповідь з презентацією за тематикою самостійної роботи	за кожен презентацію (реферат) максимум – 5 балів (оцінка залежить від повноти розкриття теми, якості інформації, самостійності та креативності матеріалу, якості презентації і доповіді)
усне опитування, тестування	за кожен правильну відповідь – 0,2 бали
участь у обговоренні ситуаційного завдання, навчальній дискусії	за кожен участь - 0,5 бали
<b>Додаткова оцінка за видами діяльності за тематикою дисципліни</b>	
<i>Участь у вебінарах, тренінгах</i>	за кожен 0,1 кредити (3 год.) участі з отриманням сертифікату - 3 бали
<i>Тези доповіді за участю у конференції</i>	за кожен тези, які опубліковані - 3 бали
<i>Стаття у виданні в Україні</i>	за кожен статтю, яка опублікована - 5 балів
<i>Стаття у іноземному виданні</i>	за кожен статтю, яка опублікована - 8 балів
<b>ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ: диференційований залік</b>	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 силабусу дисципліни, правильно й обгрунтовано 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	<b>Високий</b> 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 / <b>Зараховано (А)</b>
70-80	Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає силабусу дисципліни, робить на їх	<b>Достатній</b>	Добре /

	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	Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни	<b>Зараховано (B)</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.	<b>Достатній</b> Конкретний рівень, за вивченим матеріалом <b>силабусу</b> дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	Добре / <b>Зараховано (C)</b>
67-74	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.	<b>Середній</b> Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни	Задовільно / <b>Зараховано (D)</b>
60-66	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	<b>Середній</b> Є мінімально допустимим у всіх складових <b>силабусу</b> дисципліни	Задовільно / <b>Зараховано (E)</b>
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.	<b>Низький</b> Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни	Незадовільно з можливістю повторного складання) / <b>Не зараховано (FX) В залікову книжку не представляється</b>
0-34	Студент повністю не виконав вимог силабусу навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Студент не допущений до здачі заліку	<b>Незадовільний</b> Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням / <b>Не допущений (F) В залікову книжку не представляється</b>