

СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ ВІЛЬНОГО ВИБОРУ ЗДОБУВАЧІВ

«CRM-СИСТЕМИ В МАРКЕТИНГУ»

Лектор курсу		Ромашенко Ольга Сергіївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу					
Контактна інформація лектора (e-mail),		o.romashchenko@duikt.edu.ua					
Сторінка курсу в Google Classroom		https://classroom.google.com/c/Njg1MTkyNDc0NjQ4					
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:				
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка
	5	150	18	-	36	-	96

Дисципліна вільного вибору здобувачів

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Мета курсу:	формування теоретичних знань і практичних навичок з питань CRM систем: формування баз даних на підприємстві та використання аналітичного інструментарію маркетингу для постійного аналізу інформації з метою прийняття оперативних та стратегічних маркетингових рішень.					
В результаті вивчення дисципліни здобувач має знати			В результаті вивчення дисципліни здобувач має вміти			
<ul style="list-style-type: none"> - Сутність CRM-систем, функції, компоненти - Роль CRM у маркетингу, переваги - Типи CRM-систем: операційні, аналітичні, колаборативні - Інтеграція систем з іншими платформами - Принципи роботи з даними та особливості законодавства (GDPR) - Популярні CRM-платформи, ключові метрики 			<ul style="list-style-type: none"> - Налаштовувати та впроваджувати CRM - Збирати й аналізувати дані, сегментувати клієнтів - Інтегрувати CRM з іншими інструментами - Формувати звіти та покращувати взаємодію з клієнтами - Аналізувати результати кампаній, розробляти стратегії 			

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми, оцінювання за тему	Вид заняття	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
Розділ 1 «ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ CRM-МАРКЕТИНГУ»		
Тема 1. Сутність Customer Relationship Management та роль в маркетингу підприємства. Знати: поняття Customer Relationship Management; функціональні складові CRM-рішень; можливості CRM-технологій в діяльності телекомунікаційних підприємств; історію та сучасний розвиток CRM систем; особливості управління маркетингом на основі CRM-технологій. Вміти: використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі; визначати вимоги до CRM-технологій в діяльності телекомунікаційних підприємств Формування компетенцій: ЗК4, ЗК 4, ЗК 6, ЗК 7, ЗК 8, ПП 3 Результати навчання: ПРН4, ПРН16 Рекомендовані джерела: 1-6 Оцінювання за тему = 10 балів	Лекція 1 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 1 2 год.	Усне опитування, тестування, обговорення ситуаційного завдання «Автоматизація маркетингових процесів через CRM». Навчальна дискусія: «Як CRM-технології допомагають у персоналізації маркетингових кампаній?», «Чи достатньо впровадити CRM-систему для успішного управління клієнтськими відносинами, чи потрібні додаткові заходи?»
	Самостійна робота 10 год.	Розробити презентацію на одну з обраних тем (10-12 слайдів): Функціональні складові CRM-рішень Принципи CRM-систем в маркетингу підприємства Особливості управління маркетингом на основі CRM-технологій. Історія та сучасний розвиток CRM систем

<p>Тема 2. Класифікація традиційних CRM систем в маркетингу. Знати: основні види CRM-систем за традиційними класифікаціями; специфічні види CRM систем на українському ринку інформаційно-комунікаційних послуг; Вміти: приймати управлінські рішення щодо вибору CRM системи, з урахуванням специфіки діяльності підприємства Формування компетенцій: ЗК 4, ЗК 4, ЗК 6, ПП9, ПП 10 Результати навчання: ПРН4, ПРН 16 Рекомендовані джерела: 1-6</p> <p>Оцінювання за тему =10 балів</p>	Лекція 2 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 2 2 год.	Усне опитування, обговорення ситуаційного завдання «CRM для автоматизації маркетингових кампаній». Навчальна дискусія «Чи залишаються традиційні CRM-системи актуальними в умовах цифрової трансформації»
	Практичне заняття 3 2 год.	Усне опитування, тестування, обговорення ситуаційного завдання «Впровадження локальної CRM у компанії» Навчальна дискусія «Чи зможуть CRM-системи повністю замінити людський фактор у маркетингових комунікаціях?», «Яке майбутнє чекає традиційні CRM у порівнянні з хмарними рішеннями?»
	Самостійна робота 10 год	1. Розробити презентацію на одну з обраних тем (10-12 слайдів): Концепція локальної CRM-системи для малого бізнесу. Ефективність операційних CRM у різних галузях. Ризики та переваги впровадження локальної CRM-системи в компанію. 2. Проаналізувати компанії, які зазнали невдачі через неправильне впровадження CRM.
<p>Тема 3. Класифікація сучасних CRM систем в маркетингу. Знати: основні види сучасних CRM-систем; критерії вибору CRM-системи для підприємства, проблеми впровадження CRM у компанії. Вміти: приймати управлінські рішення щодо вибору CRM системи, з урахуванням специфіки діяльності підприємства Формування компетенцій: ЗК 4, ЗК 4, ЗК 6, ПП9, ПП 10 Результати навчання: ПРН4, ПРН 16 Рекомендовані джерела: 1-6</p> <p>Оцінювання за тему =10 балів</p>	Лекція 3 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 4 2 год.	Усне опитування, обговорення ситуаційного завдання «CRM для зростаючого бізнесу». Навчальна дискусія «Необхідність CRM-систем для малого бізнесу?», «Вплив CRM на персоналізацію маркетингових кампаній»
	Практичне заняття 5 2 год.	Усне опитування, тестування, обговорення ситуаційного завдання Навчальна дискусія «Успішне впровадження CRM у компаніях»
	Самостійна робота 10 год	Розробити презентацію на одну з обраних тем (10-12 слайдів): Використання CRM у великих компаніях: кейс-стаді відомих брендів. Інтеграція CRM із маркетинговими інструментами (email-маркетинг, аналітика) Перспективи розвитку CRM: штучний інтелект та автоматизація. Вибір CRM-системи для малого бізнесу: на що звертати увагу?
<p>Тема 4. Управління маркетинговими кампаніями за допомогою CRM Знати: CRM-інструменти для email-маркетингу, методи персоналізації комунікацій з клієнтами за допомогою CRM, основні показники ефективності маркетингових кампаній у CRM Вміти: використовувати CRM-інструменти для автоматизації email-маркетингу, створювати персоналізовані маркетингові кампанії на основі CRM-даних, аналізувати ефективність маркетингових кампаній за допомогою CRM-аналітики, виявляти проблеми у роботі CRM та пропонувати шляхи їх усунення</p>	Лекція 4 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 6 2 год.	Усне опитування, обговорення ситуаційного завдання «Автоматизація email-маркетингу». Навчальна дискусія «Наскільки ефективним є використання Social CRM у побудові довготривалих відносин із клієнтами?»
	Практичне заняття 7 2 год.	Усне опитування, тестування, обговорення ситуаційного завдання «Використання CRM для Social Media Marketing (SMM)» Навчальна дискусія «Чи можливе ефективне використання CRM для малого бізнесу без значних фінансових вкладень?»

<p>Формування компетенцій: ЗК 6, ЗК 7, ЗК 8, ПП 9 - ПП 14 Результати навчання: ПРН7, ПРН8, ПРН16 Рекомендовані джерела: 1-6</p> <p>Оцінювання за тему = 15 балів</p>	<p>Самостійна робота 10 год</p>	<p>Розробити презентацію на одну з обраних тем (10-12 слайдів): Найпопулярніші CRM-системи та їхній вплив на маркетингові кампанії. Автоматизація email-маркетингу: переваги та виклики. Використання CRM для покращення роботи в соціальних мережах. А/В тестування в маркетингових стратегіях: інструменти та приклади. Як CRM допомагає підвищити рівень персоналізації комунікацій.</p>
<p>Розділ 2 «ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ CRM-МАРКЕТИНГУ»</p>		
<p>Тема 5. CRM-аналітика та оцінка ефективності маркетингу Знати: основні метрики та KPI в CRM-маркетингу, основи прогнозування продажів і персоналізація пропозицій, сутність інтеграції CRM з аналітичними системами Google Analytics. Вміти: використовувати BI-інструментів у CRM-аналітиці, оцінювати ефективність взаємодії з клієнтами, розраховувати основні метрики та KPI в CRM-маркетингу. Формування компетенцій: ЗК 6, ЗК 7, ЗК 8, ПП 9 - ПП 14 Результати навчання: ПРН7, ПРН8, ПРН16 Рекомендовані джерела: 1-6 Оцінювання за тему =15 балів</p>	<p>Лекція 5 2 год.</p>	<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p>
	<p>Практичне заняття 8 2 год.</p>	<p>Усне опитування, обговорення ситуаційного завдання «Зниження Customer Lifetime Value (CLV)». Навчальна дискусія «Баланс між автоматизацією маркетингових процесів і живою комунікацією з клієнтами?»</p>
	<p>Практичне заняття 9 2 год.</p>	<p>Усне опитування, вирішення практичних завдань «Розрахунок ключових метрик CRM-маркетингу», «Аналіз поведінки клієнтів у CRM», обговорення ситуаційного завдання «Низька ефективність маркетингових витрат» Навчальна дискусія «Як штучний інтелект змінює CRM-аналітику та прогнозування маркетингових кампаній?»</p>
	<p>Практичне заняття 10 2 год.</p>	<p>Усне опитування, тестування, вирішення практичних завдань «Використання BI-інструментів у CRM-аналітиці», обговорення ситуаційного завдання «Впровадження BI-інструментів у CRM-аналітику» Навчальна дискусія «Чи варто бізнесу інвестувати в BI-інструменти для CRM-аналітики?»</p>
	<p>Самостійна робота 10 год</p>	<p>Розробити презентацію на одну з обраних тем (10-12 слайдів): BI-інструменти у CRM-аналітиці: як Power BI та Google Data Studio допомагають візуалізувати дані. Інтеграція CRM із зовнішніми аналітичними платформами: Google Analytics, Yandex.Metrica та їхнє значення для маркетингової стратегії. Автоматизація звітності в CRM: як скоротити час на аналіз і підвищити точність прогнозів. Найкращі CRM-системи з потужною аналітикою: порівняння HubSpot, Salesforce, Bitrix24 та інших. Як персоналізація в CRM покращує взаємодію з клієнтами та підвищує продажі.</p>
<p>Тема 6. Основні етапи стратегії впровадження CRM систем Знати: стратегічний підхід до впровадження CRM систем в маркетингу; основні етапи стратегії впровадження CRM систем на підприємстві телекомунікацій; критерії вибору потенційно необхідних модулів CRM систем в маркетингу підприємства; можливі результати впровадження CRM систем в маркетингу на підприємстві Вміти: користуватися CRM системами онлайн та преміс версіями для підприємства телекомунікацій; використовувати модулі CRM</p>	<p>Лекція 6 2 год.</p>	<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p>
	<p>Практичне заняття 11 2 год.</p>	<p>Усне опитування, обговорення ситуаційного завдання «Низька залученість персоналу». Навчальна дискусія «Чи варто малому бізнесу впроваджувати CRM, чи це лише для великих компаній?»</p>
	<p>Практичне заняття 12 2 год.</p>	<p>Усне опитування, вирішення практичних завдань «Розрахунок ROI впровадження CRM», «Вибір CRM-системи за ключовими показниками», обговорення ситуаційного завдання «CRM не покращує продажі».</p>

<p>систем для оптимізації маркетингу на підприємстві Формування компетенцій: ЗК 6, ЗК 7, ЗК 8, ПП 9 - ПП 14 Результати навчання: ПРН7, ПРН8, ПРН16 Рекомендовані джерела: 1-6</p> <p>Оцінювання за тему =15 балів</p>		Навчальна дискусія «Чи може CRM повністю автоматизувати взаємодію з клієнтами, чи потрібен "людський фактор"?»
	Практичне заняття 13 2 год.	Усне опитування, тестування, вирішення практичних завдань «Аналіз Churn Rate після впровадження CRM», «Оцінка продуктивності відділу продажів після впровадження CRM». Навчальна дискусія «Як штучний інтелект змінює можливості CRM?»
	Самостійна робота 10 год	Розробити презентацію на одну з обраних тем (10-12 слайдів): Вибір оптимальної CRM-системи: критерії та підходи Інтеграція CRM із іншими бізнес-платформами (ERP, BI, маркетингові інструменти) Роль CRM у цифровій трансформації бізнесу Помилки при впровадженні CRM і шляхи їх уникнення Персоналізація комунікацій з клієнтами через CRM
<p>Тема 7. Впровадження CRM у бізнес: ризики та перспективи Знати: сутність ризиків впровадження CRM-системи в компанії, типи CRM-систем та їх функціональні можливості виклики та помилки при впровадженні CRM, фактори успішної інтеграції CRM у бізнес-процеси Вміти: аналізувати потреби бізнесу у впровадженні CRM-системи. оцінювати ризики, пов'язані з впровадженням CRM, і розробляти стратегії їх мінімізації, використовувати основні інструменти CRM для управління маркетинговими кампаніями, продажами та сервісом клієнтів, аналізувати ефективність впровадження CRM-системи та пропонувати рекомендації для її оптимізації. Формування компетенцій: ЗК 6, ЗК 7, ЗК 8, ЗК 9, ЗК 14, ПП 9 – ПП 14, ПП 15 Результати навчання: ПРН7, ПРН8, ПРН16, ПРН 19 Рекомендовані джерела: 1-6</p> <p>Оцінювання за тему = 10 балів</p>	Лекція 7 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 14 2 год.	Усне опитування, вирішення практичних завдань «Оцінка готовності компанії до впровадження CRM», «Визначення ROI впровадження CRM», обговорення ситуаційного завдання «Опір персоналу CRM». Навчальна дискусія «Ризики, що найбільше впливають на ефективність впровадження CRM "»
	Практичне заняття 15 2 год.	Усне опитування, тестування, вирішення практичних завдань «Аналіз ефективності CRM у підвищенні лояльності клієнтів», «Проблеми з інтеграцією CRM». Навчальна дискусія «Як CRM впливає на лояльність клієнтів: чи дійсно вона покращує комунікацію?»
	Самостійна Робота 18 год	Розробити презентацію на одну з обраних тем (10-12 слайдів): Основні помилки під час впровадження CRM і як їх уникнути Основні ризики, що виникають при інтеграції CRM. Автоматизація бізнес-процесів через CRM: переваги та виклики Порівняння популярних CRM-систем: Salesforce, HubSpot, Bitrix24 Інтеграція CRM з іншими системами: ERP, BI та маркетингові інструменти Проаналізувати важливість навчання персоналу у процесі впровадження CRM
<p>Тема 8. Результати впровадження CRM систем та оцінка ефективності. Знати: характеристики ефектів від впровадження CRM систем на підприємстві телекомунікацій; основи налаштування та адаптації CRM систем після впровадження на підприємстві; методи аналізу ефективності впровадження CRM систем Вміти: оцінювати ефективність роботи CRM систем в маркетингу телекомунікаційного підприємства; готувати звіти та будувати дашборди з результатами впровадження CRM-системи. Формування компетенцій: ЗК 6, ЗК 7, ЗК 8, ЗК 9, ЗК 14, ПП 9 –</p>	Лекція 8 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 16 2 год.	Усне опитування, вирішення практичних завдань «Розрахунок ROI впровадження CRM», обговорення ситуаційного завдання «Зниження рівня взаємодії з клієнтами після впровадження CRM». Навчальна дискусія «Чи завжди впровадження CRM призводить до зростання прибутку?», «Помилки найчастіше допускають компанії при оцінці ефективності CRM?»
	Лекція 9 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів

ПП 14, ПП 15 Результати навчання: ПРН7, ПРН8, ПРН16, ПРН 19 Рекомендовані джерела: 1-6 Оцінювання за тему = 15 балів	Практичне заняття 17 2 год.	Усне опитування, вирішення практичних завдань «Аналіз Churn Rate після впровадження CRM», «Оцінка ефективності email-маркетингу через CRM», обговорення ситуаційного завдання «Вплив CRM на продажі». Навчальна дискусія «Як змінилося ставлення клієнтів до компаній, які впровадили CRM?»
	Практичне заняття 18 2 год.	Усне опитування, тестування, вирішення практичних завдань «Вплив CRM на продуктивність відділу продажів», «Порівняння ефективності CRM-систем», обговорення ситуаційного завдання «Впровадження CRM у роздрібному бізнесі». Навчальна дискусія «Чи можуть CRM-системи впливати на емоційний зв'язок між брендом і клієнтом?»
	Самостійна робота 18 год	Розробити презентацію на одну з обраних тем (10-12 слайдів): Як CRM впливає на підвищення продажів і лояльність клієнтів? Автоматизація бізнес-процесів за допомогою CRM: оцінка результатів Вплив CRM на покращення обслуговування клієнтів Реальні кейси успішного впровадження CRM у бізнесі Інтеграція CRM із маркетинговими та аналітичними інструментами: оцінка результатів

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

Основна література:

1. Ромащенко О.С., CRM маркетинг. Методичні рекомендації для вивчення дисципліни. Київ. ДУІКТ. 2024. URL: <https://duikt.edu.ua/lib/1/category/2260/view/2342>
2. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В.. Електронна комерція та Інтернет-торгівля. Київ. Аграр Медіа Груп .2021. 454с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_2231_17488174.pdf
3. 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. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_63_97224885.pdf
4. Виноградова О., Совершенна І., Ігнатенко О.В., Снітко А.С. Контент-маркетинг. *Навчальний посібник*. Київ: ДУІКТ, 2024. 119 с. https://duikt.edu.ua/uploads/1_2362_79023663.pdf
5. Виноградова О. В., Недопако Н.М. Маркетинг у соціальних мережах. *Навчальний посібник*. Київ: ДУТ, 2022. 202с. URL: https://www.dut.edu.ua/uploads/1_2239_36285110.pdf
6. Виноградова О.В., Писар Н.Б. Управління лояльністю споживачів *Навчально-методичний посібник для магістрів*. Київ: ДУТ, 2021. 155 с. URL: https://www.dut.edu.ua/uploads/1_2217_43939264.pdf

Додаткова література:

7. Romashchenko O. S., Voskoboyeva O.V. (2024). Digital transformation of business structures. International scientific and practical conference «*Innovative technologies of digitalization of the financial system of the republic of Kazakhstan: state and prospects*». Астана: Л.Н. Гумилев. С. 26-30.
8. Romashchenko O. (2023). Smart CRM is a system as an effective solution for msnsgine snteraction with customers. The 12th International scientific and practical conference “*Scientific progress: innovations, achievements and prospects*” (August 21-23, 2023) MDPC Publishing, Munich, Germany. p. 166-172 URL: <https://sci-conf.com.ua/wp-content/uploads/2023/08/SCIENTIFIC-PROGRESS-INNOVATIONS-ACHIEVEMENTS-AND-PROSPECTS-21-23.08.23.pdf>
9. Romashchenko O.S. (2023). Features of implementation of smart CRM-systems. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії*

гостинності та торгівлі: тези доповідей Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (2 листопада 2023 р. Державний біотехнологічний ун-т.). Харків, С. 101-104.

URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/44582/1/tezy-dop-conf-02-11-23-102-104.pdf>

10. <https://keepincrm.com/what-is-crm-system>

11. <https://crmium.com/uk/srm-systema-shho-cze-take-povnyj-posibnyk/>

12. <https://blog.keycrm.app/uk/crm-sistema-dlya-virobnictva-yak-avtomatizuvati-upravlinnya-procesami/>

13. <https://svit.one/ua/blog-ua/povnyj-gajd-iz-system-upravlinnja-vzajemvidnosynamy-z-kljientamy-crm>

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.
- За ініціативою викладача зміст даного курсу планується оновлювати щорічно, враховуючи зміни у законодавстві України, наукові досягнення за тематикою освітньої компоненти. Здобувачі також можуть долучатись до оновлення дисципліни шляхом подання пропозицій викладачу стосовно новітніх змін у галузі.
- 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://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/ https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_35048489.pdf](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/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/p44796297052.pdf?2](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://duikt.edu.ua/uploads/p44796297052.pdf?2)

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. 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 балами за поточну усаїшність здобувача. Максимальна кількість балів – 60 мінімальна кількість балів – 20.

Якщо студента не допущено до підсумкового контролю, 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 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 Максимальна кількість балів – 100, мінімальна кількість балів – 60.

Форми контролю	Оцінювання
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ	
<i>Робота на заняттях, у т.ч.</i>	
участь у експрес-опитуванні	за кожен правильну відповідь - 0,2 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 завдання рішення практичних задач	за кожен правильну відповідь – 1,0 бали
участь у обговоренні ситуаційного завдання	за кожен правильну відповідь – 1,0 бали
участь у навчальній дискусії	за кожен участь - 0,5 бали
Додаткова оцінка за видами діяльності за тематикою дисципліни	
Участь у вебінарах, тренінгах	за кожен 0,1 кредити (3 год.) участі з отриманням сертифікату - 3 бали
Тези доповіді за участю у конференції	за кожен тези, які опубліковані - 3 бали
Стаття у виданні в Україні	за кожен статтю, яка опублікована - 5 балів
Стаття у іноземному виданні	за кожен статтю, яка опублікована - 8 балів
ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ: диференційований залік	Згідно критеріїв оцінювання
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 /зapis 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 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	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 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	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	Достатній Конкретний рівень, за вивченим матеріалом	Добре / Зараховано (С)

	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.	робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	
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 формуються при вивченні дисципліни	Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не зараховано (FX) <i>В залікову книжку не представляється</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 представляється</i>