

СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ ВІЛЬНОГО ВИБОРУ ЗДОБУВАЧІВ «МАРКЕТИНГ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ (SMM-маркетинг)»

Лектор курсу	Снітко Артем Сергійович, старший викладач кафедри маркетингу
Контактна інформація лектора (e-mail),	e-mail: a.snitko@duikt.edu.ua
Сторінка курсу в Google Classroom	

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 у студентів загальних і професійних компетентностей з використання SMM-маркетингу як інструмента просування бізнесу у соціальних мережах
-------------	---

В результаті вивчення дисципліни здобувач має знати

- поняття SMM-маркетингу, його роль і місце в системі цифрового маркетингу;
- основні платформи соціальних мереж та їх особливості для бізнесу;
- алгоритми роботи соціальних мереж і їх вплив на видимість контенту;
- принципи створення ефективного контенту для різних платформ;
- методи аналізу цільової аудиторії та сегментування в SMM;
- особливості органічного та платного просування в соціальних мережах;
- ключові метрики ефективності SMM-кампаній та методи їх вимірювання;
- стратегії роботи з репутацією бренду в соціальних мережах.

В результаті вивчення дисципліни здобувач має вміти

- розробляти SMM-стратегію для бренду, компанії або особистого бренду;
- аналізувати аудиторію та конкурентне середовище в соціальних мережах;
- створювати контент-плани та ефективні формати публікацій;
- використовувати алгоритми соціальних мереж для підвищення охоплення та залучення;
- налаштовувати та оптимізувати таргетовану рекламу в соціальних мережах;
- аналізувати ефективність SMM-кампаній за допомогою аналітичних інструментів;
- працювати з лідерами думок та запускати партнерські колаборації;
- інтегрувати SMM-кампанії з іншими каналами цифрового маркетингу

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми, оцінювання за тему	Вид заняття	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
РОЗДІЛ 1. «ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ, ЦІЛІ, СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ»		
Тема 1. Особливості маркетингу в соціальних мережах Знати: сутність, принципи, цілі, особливості маркетингу у соціальних мережах, функції соціальних мереж, види соціальних мереж Вміти: користуватись соціальними мережами в інтересах бізнесу, вести маркетингову діяльність в соціальних мережах Рекомендовані джерела: 1, 2, 3, 6, 7 Оцінювання за тему = 10 балів	Лекція 1 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 1 2 год.	Усне опитування. Навчальна дискусія на тему «Історія появи, наш досвід використання соціальних мереж». Дискусія: «Як соціальні мережі впливають на наше життя». Дискусія: «Як соціальні мережі впливають на наше життя».
	Практичне заняття 2 2 год.	Обговорення рейтингів найбільших соціальних мереж в світі і Україні. Дискусія: «Чому саме такий рейтинг найбільш популярних соціальних мереж у світі та в Україні».
	Самостійна робота 9 год	Підготувати презентацію на одну з обраних тем: 1. Процес і способи монетизації соціальних мереж. 2. Тенденції розвитку соціальних мереж. 3. Переваги використання digital-маркетингу. 4. Як соціальні мережі впливають на наше життя. 5. Функції соціальних мереж.

<p>Тема 2. Соціальні мережі в структурі сучасного суспільства</p> <p>Знати: специфіку соціальних мереж, переваги спілкування бізнесу в соціальних мережах, особливості алгоритмів взаємодії з користувачами, роль соціальних мереж у формуванні громадської думки, вплив соціальних мереж на соціалізацію та комунікацію.</p> <p>Вміти: розрізняти типи соціальних мереж за їхньою тематикою та призначення,; знаходити спільноти та групи за інтересами, оцінювати роль соціальних мереж у сучасному суспільному житті, ідентифікувати основні механізми впливу соціальних мереж на формування суспільної думки, пояснювати переваги та ризики використання соціальних мереж для різних соціальних груп і сфер діяльності.</p> <p>Рекомендовані джерела: 1, 2, 3, 6, 7</p> <p>Оцінювання за тему = 10 балів</p>	Лекція 2 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів.
	Практичне заняття 3 2 год.	Усне опитування. Дискусія: «Основні функції, ролі, значення соціальних мереж в суспільстві».
	Практичне заняття 4 2 год.	Дискусія: «Особливості української аудиторії соціальних мереж». Дискусія: «Роль соціальних мереж у формуванні громадської думки».
	Самостійна робота 9 год	Підготувати презентації: 1. Як використовуються соціальні мережі у маркетингових стратегіях підприємств. 2. Найкращі приклади використання соціальних мереж в Україні.
<p>Тема 3. Маркетингова стратегія в соціальних мережах</p> <p>Знати: можливі види маркетингового просування: органічне охоплення, таргетована реклама, партнерський маркетинг, контент-маркетинг, вплив маркетингу, конкурси та акції, колаборації, використання хештегів, проведення прямих ефірів, управління репутацією та комунікація з аудиторією.</p> <p>Вміти: аналізувати цільову аудиторію та обирати відповідні соціальні мережі для просування, розробляти маркетингову стратегію, створювати позиціонування бренду в соціальних мережах, аналізувати SMM стратегію конкурентів.</p> <p>Рекомендовані джерела: 1, 2, 3, 6, 7, 8, 10, 11</p> <p>Оцінювання за тему = 12 балів</p>	Лекція 3 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів.
	Практичне заняття 5 2 год.	Усне опитування. Тестування побудувати SMM-стратегії.
	Практичне заняття 6 2 год.	Ситуаційні завдання на просування нового товару в соціальних мережах.
	Самостійна робота 10 год.	Подивитись відео «Структура ефективної SMM-стратегії» Структура ефективної SMM-стратегії Марафон Креативної Практики . Описати і обґрунтувати: 1. Як побудувати SMM-стратегію? 2. Основні етапи, алгоритм розробки SMM стратегії. 3. Підготувати план просування нового товару в соціальних мережах.
<p>Тема 4. Особливості створення контенту для соціальних мереж</p> <p>Знати: види контенту, завдання контент маркетингу, правила створення якісного контенту: чіткість і лаконічність, відповідність тону та стилю бренду, унікальність, адаптація під формат кожної платформ,</p>	Лекція 4 2 год.	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 7 2 год.	Усне опитування. Дискусія: «Тренди в контенті за останній рік». Дискусія: «Вплив кольорів рішення споживача».
	Практичне заняття 8 2 год.	Усне опитування. Тестування створення контенту. Презентації з доповідями за індивідуальним завданням.

<p>особливості, які необхідно враховувати при складанні контент-плану для різних видів бізнесу.</p> <p>Вміти: створювати різноплановий контент, що відповідає потребам та інтересам аудиторії, складати контент-план, який включає визначення типів контенту, частоти публікацій, ключових тем та форматів, а також враховує особливості кожної соціальної мережі.</p> <p>Рекомендовані джерела: 1, 2, 3, 7, 9, 12</p> <p>Оцінювання за тему = 10 балів</p>	<p>Самостійна робота 10 год</p>	<p>Підготувати презентацію:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Створити контент план для самостійно обраного підприємства для різних соціальних мереж (обрати 2 соціальні мережі). З прикладами контенту під різні типи контенту. 2. Створити самостійно рекламний відеоконтент для самостійно обраного товару.
<p>Тема 5. Соціальний копірайтинг та особливості написання текстів для соціальних мереж</p> <p>Знати: особливості сприйняття текстів у соціальних мережах, принципи роботи з різними форматами контенту, структурування тексту для досягнення максимального ефекту, механізми алгоритмів соцмереж (як хештеги, час публікації впливають на охоплення), етичні аспекти соціального копірайтингу.</p> <p>Вміти: створювати привабливі заголовки, які привертають увагу, писати тексти, які викликають емоції та залучення, адаптувати стиль і тон тексту до цільової аудиторії, використовувати заклики до дії (СТА), які мотивують читачів до певних дій, аналізувати ефективність текстів через метрики соцмереж.</p> <p>Рекомендовані джерела: 1, 2, 3, 7, 9, 12</p> <p>Оцінювання за тему = 10 балів</p>	<p>Лекція 5 2 год.</p> <p>Практичне заняття 9 2 год.</p> <p>Практичне заняття 10 2 год.</p> <p>Самостійна робота 10 год</p>	<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p> <p>Усне опитування. Дискусія: «Як створити комерційну пропозицію». Складання таблиці показників.</p> <p>Усне опитування. Тестування створення аватарів клієнта - читача. Презентація з доповідями за індивідуальним завданням.</p> <p>Підготувати презентацію:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Формули для рекламних текстів, моделі копірайтингу. 2. На основі презентації створити приклади рекламних текстів. <p>Описати і обґрунтувати:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Типи контенту в соціальних мережах. 2. Формати контенту. 3. Який контент необхідний для генерації трафіку на сайт? 4. Тенденції, тренди контенту для Instagram.
<p>РОЗДІЛ 2. «ВИВЧЕННЯ РЕКЛАМНОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ ПОПУЛЯРНИХ СОЦМЕРЕЖ, ОСОБЛИВОСТІ КОНТЕНТУ, ПРОСУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ SMM»</p>		
<p>Тема 6. Характеристика та особливості просування у Facebook</p> <p>Знати: розуміти специфіку роботи з соціальною мережею Facebook, включаючи її алгоритми, функціонал, цільову аудиторію та основні правила ведення сторінок і груп. Знати особливості формування контенту, типи рекламних кампаній, інструменти аналітики та способи взаємодії з аудиторією для досягнення бізнес-цілей.</p>	<p>Лекція 6 2 год.</p> <p>Практичне заняття 11 2 год.</p> <p>Практичне заняття 12 2 год.</p> <p>Самостійна робота</p>	<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів.</p> <p>Усне опитування. Тестування створення та налаштування сторінки в соціальній мережі Facebook. Тестування інструментарію Meta Suite. А/Б тестування публікацій. Тестування планувальника публікацій.</p> <p>Усне опитування. Тестування налаштування таргетованої реклами. Тестування сервісу Facebook Бібліотека. Презентація власної бізнес сторінки, таргетованої рекламної кампанії, аналіз бізнес сторінки (інструмент Meta Suite).</p> <p>Підготувати презентацію:</p>

<p>Вміти: створювати професійні сторінки компаній та тематичні групи у Facebook, налаштувати їх візуальний і текстовий контент для максимального залучення аудиторії, використовувати інструменти таргетованої реклами, планувати та реалізовувати контент-стратегію, аналізувати показники ефективності в соціальній мережі.</p> <p>Рекомендовані джерела: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 9, 12</p> <p>Оцінювання за тему = 12 балів</p>	12 год	<ol style="list-style-type: none"> 1. Створити бізнес сторінку в соціальній мережі Facebook. 2. Налаштувати A/B тестування публікацій і провести аналіз результатів (інструмент Meta Suite). 3. Налаштувати планувальник публікацій (інструмент Meta Suite). 4. Створити таргетовану рекламу із самостійним вибором аудиторії та місцем розміщення та аргументувати вибір.
<p>Тема 7. Стратегія просування та реклама в Instagram</p> <p>Знати: специфіку роботи соціальної мережі Instagram, включаючи її алгоритми, типи контенту, що користуються популярністю, та способи залучення аудиторії, основні методи просування, такі як використання хештегів, робота з блогерами, проведення розіграшів і акцій, інструменти Instagram Ads для налаштування таргетованої реклами.</p> <p>Вміти: розробляти комплексні стратегії просування продукції та послуг підприємства в Instagram, враховуючи особливості цільової аудиторії та конкурентного середовища, створювати привабливий візуальний контент (пости, сторіс, рілзи), який підвищує рівень залученості користувачів, налаштувати і запускати рекламні кампанії з використанням таргетованої реклами, сегментуючи аудиторію за віком, інтересами та іншими параметрами.</p> <p>Рекомендовані джерела: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 9, 12</p> <p>Оцінювання за тему =12 балів</p>	Лекція 7 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів.
	Практичне заняття 13 2 год.	Усне опитування. Тестування створення, налаштування, оформлення бізнес сторінки в соціальній мережі Instagram. Тестування налаштування таргетованої реклами.
	Практичне заняття 14 2 год.	Усне опитування. Дискусія: «Сірі методи просування: маслайкінг та масфоловінг». Дискусія: «Які кольори, шрифти та стилі краще використовувати для створення привабливого профілю. Як правильно подавати інформацію через візуальні елементи».
	Самостійна робота 10 год	<p>Підготувати презентацію:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Створити бізнес сторінку в соціальній мережі Instagram. 2. Створити візуальний контент (пости, сторіс, рілзи). 3. Створити таргетовану рекламу із самостійним вибором аудиторії та місцем розміщення та аргументувати вибір.
<p>Тема 8. LinkedIn і X як інструмент просування бізнесу</p> <p>Знати: особливості функціоналу та алгоритмів соціальних мереж LinkedIn і X, їх відмінності у підходах до просування бізнесу, типи контенту, які працюють найкраще на цих платформах, та способи залучення аудиторії. методи використання хештегів, ключових слів і взаємодії з аудиторією, як побудувати професійний бренд у LinkedIn і як використовувати X для оперативного інформування та взаємодії з клієнтами.</p> <p>Вміти: розробляти стратегії просування бізнесу в LinkedIn і Twitter, враховуючи специфіку цільової аудиторії, створювати професійний контент для</p>	Лекція 8 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів.
	Практичне заняття 15 2 год.	Усне опитування. Дискусія: «Просування товарів та послуг, пошук інвесторів та партнерів через LinkedIn». Презентація власного профілю в соціальній мережі LinkedIn. Презентації з доповідями за індивідуальним завданням.
	Практичне заняття 16 2 год.	Усне опитування. Тестування функціоналу соціальної мережі LinkedIn. Дискусія: «Український X: що, для кого і чи варто туди заходити». Презентація власного профілю в соціальній мережі X. Презентації з доповідями за індивідуальним завданням. Тестування функціоналу соціальної мережі X.
	Самостійна робота 8 год.	<p>Підготувати презентацію:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Створити професійний профіль в соціальній мережі LinkedIn та повноцінно оформити. Написати статтю на самостійно обрану тему.

<p>LinkedIn, включаючи статті, публікації та описи вакансій, а також вести професійні дискусії в групах, розробляти стратегії в соціальній мережі X створення коротких і лаконічних повідомлень, використовуючи хештеги, актуальні тренди та пряме спілкування з аудиторією.</p> <p>Рекомендовані джерела: 1, 2, 3, 6, 9, 12</p> <p>Оцінювання за тему = 12 балів</p>		<p>2. Створити професійний профіль в соціальній мережі X та повноцінно оформити. Написати кілька рекламних твітів з використання трендів та хештегів.</p> <p>Підготувати презентацію на одну з обраних тем:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Стратегія просування профілю в LinkedIn: методи розкрутки. 2. Формати контенту в Twitter, які допоможуть у просуванні бренду.
<p>Тема 9. Ефективність роботи в соціальних мережах</p> <p>Знати: розуміти основні методи оцінки ефективності роботи в соціальних мережах, включаючи кількісні та якісні показники. Знати ключові метрики (KPI), такі як охоплення, залученість (engagement rate), кількість підписників, конверсії, кліки, частота переглядів контенту (impressions), показник відмов (bounce rate), та вартість залучення клієнта (CPA), фактори, що впливають на досягнення бізнес-цілей.</p> <p>Вміти: розраховувати ключові показники ефективності, аналізувати отримані дані за допомогою аналітичних інструментів, оцінювати досягнення поставлених цілей та вплив соціальних мереж на загальні бізнес-результати, будувати звіти з результатами роботи в соціальних мережах, визначати найбільш ефективні канали та формати контенту, на основі аналізу показників розробляти рекомендації щодо оптимізації контент-стратегії, рекламних кампаній і взаємодії з аудиторією.</p> <p>Рекомендовані джерела: 1, 2, 3, 6, 7, 10, 11, 13, 14</p> <p>Оцінювання за тему = 12 балів</p>	<p>Лекція 9 2 год.</p> <p>Практичне заняття 17 2 год</p> <p>Практичне заняття 18 2 год</p> <p>Самостійна робота 6 год.</p>	<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p> <p>Усне опитування. Дискусія: «Які метрики є найважливішими для оцінки успіху різних видів бізнесу в соціальних мережах». Дискусія: «Чи є високий рівень залученості аудиторії гарантією ефективності роботи. Які інші показники потрібно враховувати».</p> <p>Усне опитування. Дискусія: «Що важливіше для бізнесу: широкий охоплення чи глибока взаємодія з меншою, але більш зацікавленою аудиторією». Дискусія: «Якими показниками оцінюється ефективність роботи у соціальних мережах?». Складання таблиці показників.</p> <p>Підготувати презентацію на одну з обраних тем:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Як бізнесу слід дотримуватися етичних норм під час збору даних про своїх підписників і клієнтів. 2. Які стратегії сприяють підвищенню конверсій? Як визначити, що саме стимулює аудиторію до цільової дії. 3. Які типи контенту найбільше впливають на ефективність роботи в соціальних мережах? Як їхня ефективність залежить від платформи?
МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ		
<p>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. Облікові записи Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter (X).</p>		
ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Виноградова О. В., Недопако Н.М. Маркетинг у соціальних мережах. <i>Навчальний посібник</i>. Київ: ДУТ, 2022. 202 с. https://duikt.edu.ua/uploads/1_2239_36285110.pdf 2. SMM Panorama. Social media marketing tricks & hacks. https://duikt.edu.ua/uploads/1_2001_95505200.pdf 3. Малтиз В. В. Маркетинг комунікацій і соціальні мережі. <i>Навчальний посібник</i>. Запоріжжя : ЗНУ, 2024. 113 с. https://dspace.znu.edu.ua/jspui/handle/12345/19050 4. Гвоздева А. А., Філіна О. В. Фейсбук та інстаграм. Від створення сторінки до розвиненої спільноти за 30 днів Книга-тренінг. Київ, Міжнародний фонд соціальної адаптації, 2021, 292 с. https://duikt.edu.ua/uploads/1_2255_29401963.pdf 		

5. Гвоздева А.А., Філіна О. В. Реклама у фейсбуку та інстаграмі. Книга-інструкція з налаштування рекламних кампаній та керування ними. Київ, ТОВ «Гнозіс», 2021, 110 с. https://duikt.edu.ua/uploads/1_2254_12113082.pdf
6. Використання соціальних мереж. *Посібник* з питань використання соціальних мереж, розроблений Департаментом преси і публічної інформації Консультативної місії ЄС в Україні, Київ, EUAM Ukraine, 2020, 156 с. https://duikt.edu.ua/uploads/1_2221_75204611.pdf
7. Швидка SMM-допомога : як використовувати соціальні мережі для розвитку організації та особистого бренду? ТОП 12 порад від експертів: *навч. посіб.* / Л. Гуляєва та ін. ; за заг. ред. Л. Гуляєвої. Київ : АПСВТ, 2021. 30 с. https://duikt.edu.ua/uploads/1_2222_13241729.pdf
8. Недопако Н.М. Інструменти цифрового маркетингу: теоретичний аспект. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*, 2020, №2, с. 43-48. <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2475>
9. Майкл Стелзнер Контент-маркетинг. Нові методи залучення клієнтів в епоху Інтернету. 163 с. https://duikt.edu.ua/uploads/1_2255_38928017.pdf
10. Іртлач М.О., Снітко А.С., Черкас С.М. Роль діджитал-технологій у сучасному маркетингу. *Маркетинг майбутнього: виклики та реалії* : Матеріали V Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції (м. Київ, 9 червня 2023 року) / Навчально-науковий інститут менеджменту та підприємництва ДУТ. Київ, 2023. С.6-9. <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2277/view/2273>
11. Іртлач М.О., Снітко А.С., Козаченко А.О. Digital-стратегія як частина маркетингової стратегії компанії. *Маркетинг майбутнього: виклики та реалії* : Матеріали V Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції (м. Київ, 9 червня 2023 року). ДУТ. Київ, 2023. С.20-23. <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2277/view/2273>
12. Виноградова О. В. , Ігнатенко О. В., Недопако Н. М., Ільницький Т.Р. (2024) Ефективність впливу креативів таргетованої реклами на споживачів. *Економіка. Менеджмент. Бізнес* . №4 (47), С. 12-20. DOI: 10.31673/2415-8089.2024.041116 <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/3073>
13. Somkina T., Darchuk V., Snitko A., Sinchevsky S. (2025) Marketing and communication platform as an element of the retail network development management model in the context of product diversification. *Internauka*, 2025. № 1.
14. Ромащенко О.С., Дарчук В. Г., Качмала В. І., Снітко А. С. (2025) . Система показників оцінки ефективності управління маркетинговою діяльністю. *Бізнес Інформ*. 2025. №1.

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 кожен правильну відповідь - 0,25 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, рішення практичних задач	за кожен правильну відповідь – 0,25 бали
участь у обговоренні ситуаційного завдання	за кожен правильну відповідь – 0,5 бали
участь у діловій грі, навчальній дискусії	за кожен участь - 0,25 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

ПІДСУМКОВА ОЦІНКА ЗА ДИСЦИПЛІНУ

бали	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка /зачис в екзаменаційній відомості
90 - 10 0	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 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 силябусу 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 силябусу 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 силябусу дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	Добре / Зараховано (C)
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, необгрунтованими. 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) В залікову книжку не представляється
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) В залікову книжку не представляється