

СИЛАБУС КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ
«МАРКЕТИНГОВА БІЗНЕС-АНАЛІТИКА»

Лектор курсу		Ромашенко Ольга Сергіївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу		Контактна інформація лектора (e-mail), посилання в GWE		e-mail: o.romashchenko@duikt.edu.ua Посилання в GWE – https://classroom.google.com/c/NzUwMDQ5MjczMzgz	
Галузь знань		07 <i>Управління та адміністрування</i>		Рівень вищої освіти		бакалавр	
Спеціальність		075 Маркетинг		Семестр		3	
Освітня програма		«Маркетинг»		Тип дисципліни		Основна освітня компонента ОПП	
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:				
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка
	4	120	18	-	36	-	66

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	Маркетинг, Економічна теорія, Основи статистики і прогнозування економічних процесів
Освітні компоненти для яких є базовою	Електронний бізнес, Маркетингові чинники результативності бізнесу, Маркетингова товарна політика, Маркетингова цінова політика
Мета курсу:	Формування у студентів системних знань, навичок і компетенцій щодо використання сучасних методів і інструментів бізнес-аналітики для прийняття обґрунтованих маркетингових рішень, оцінки ефективності маркетингової діяльності, аналізу ринкових даних, споживчої поведінки та конкурентного середовища..

Компетентності відповідно до освітньої програми

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)	Hard-skills / Спеціальні компетентності (СК)
<p>ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК 7. Здатність застосовувати професійні знання у практичних ситуаціях, уміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>ЗК 8. Здатність до проведення досліджень, пошуку, оброблення та аналізу інформації на достатньо високому рівні.</p> <p>ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій, пакетів прикладних програм, економіко-математичних методів та моделей</p>	<p>ПП 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі</p> <p>ПП 4 Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими</p> <p>ПП 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності</p> <p>ПП 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів</p> <p>ПП 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності</p> <p>ПП 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності</p> <p>ПП10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності</p> <p>ПП11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>ПП12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу</p> <p>ПП13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос- функціональному розрізі</p> <p>ПП14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>

Програмні результати навчання (ПРН)

ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми, оцінювання за тему	Вид заняття	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
Розділ 1 «МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОЇ БІЗНЕС-АНАЛІТИКИ»		
<p>Тема 1. Бізнес-аналітика і її місце в маркетингу <u>Знати:</u> сутність бізнес-аналізу, завдання та принципи бізнес-аналізу, бізнес-аналізу. <u>Вміти:</u> розумітися на сутності, видах та понятійному апарату бізнес-аналізу. <u>Формування компетенцій:</u> ЗК 3, ЗК 6, ЗК 7, ПП 3 <u>Результати навчання:</u> ПРН 2, ПРН 3, ПРН 4 <u>Рекомендовані джерела:</u> 1-8</p> <p>Оцінювання за тему = 4 балів</p>	Лекція 1 2 год.	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 1 2 год.	Усне опитування, обговорення ситуаційного завдання «Впровадження бізнес-аналітики у компанії». Навчальна дискусія «Бізнес-аналітика vs. традиційний маркетинг: що ефективніше?»
	Практичне заняття 2 2 год.	Усне опитування, тестування, обговорення ситуаційного завдання «Використання штучного інтелекту в маркетинговій аналітиці». Навчальна дискусія «Які виклики стоять перед бізнес-аналітикою у цифрову епоху»
	Самостійна робота 7 год	Розробити презентацію на одну з обраних тем (10-12 слайдів): Роль бізнес-аналітики в сучасному маркетингу. Інструменти бізнес-аналітики: огляд найпопулярніших рішень. Аналіз поведінки споживачів за допомогою аналітичних інструментів. Як правильно впровадити бізнес-аналітику в маркетингову діяльність? Реальні кейси використання бізнес-аналітики у великих компаніях.
<p>Тема 2. Інформаційне та методичне забезпечення бізнес-аналітики. <u>Знати:</u> поняття та відмінності між інформацією та даними, етапи процесу бізнес-аналізу та візуалізації даних, інструментарій та програмне забезпечення маркетингового бізнес-аналізу, особливості та можливості інструментів бізнес-аналізу. <u>Вміти:</u> проводити традиційний, детермінований факторний аналіз та статистичний факторний аналіз. <u>Формування компетенцій:</u> ЗК 3, ЗК 6, ЗК 7, ПП 3 <u>Результати навчання:</u> ПРН 2, ПРН 3, ПРН 4 <u>Рекомендовані джерела:</u> 1-8</p>	Лекція 2 2 год.	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 3 2 год.	Усне опитування, обговорення ситуаційного завдання «Проблеми з якістю даних у бізнес-аналітиці». Навчальна дискусія «Чи можна побудувати ефективну бізнес-аналітику без використання сучасних аналітичних інструментів?»
	Практичне заняття 4 2 год.	Усне опитування, тестування, вирішення практичних завдань «Аналіз джерел даних для бізнес-аналітики», обговорення ситуаційного завдання «Використання прогнозної аналітики для бізнесу». Навчальна дискусія «Як змінилася бізнес-аналітика з розвитком Big Data та хмарних технологій?»
	Самостійна	Розробити презентацію на одну з обраних тем (10-12 слайдів):

<p>Оцінювання за тему = 4 балів</p>	<p>робота 7 год</p>	<p>Основні методи аналізу бізнес-даних: від описової до прогнозної аналітики. Якість даних у бізнес-аналітиці: як забезпечити коректність аналізу? Використання штучного інтелекту в бізнес-аналітиці: перспективи та виклики. Роль бізнес-аналітики у прийнятті стратегічних рішень компанії. Автоматизація бізнес-аналітики: сучасні тенденції та інструменти.</p>
<p>Тема 3. Бізнес-аналітика мікросередовища підприємства Знати: складові бізнес-аналізу мікросередовища компаній, підходи, методи та інструменти бізнес-аналізу ринку, поняття та види конкуренції. Вміти: застосовувати методи та інструменти бізнес-аналізу ринку, методи прогнозування в процесі дослідження ринку, методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства, його товарів і послуг. Формування компетенцій: ЗК 6, ЗК 7, ПП 6, ПП 7, ПП 8 Результати навчання: ПРН 6, ПРН 7, ПРН 8, ПРН 9 Рекомендовані джерела: 1-8</p> <p>Оцінювання за тему = 6 балів</p>	<p>Лекція 3 2 год.</p>	<p>Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів</p>
	<p>Практичне заняття 5 2 год.</p>	<p>Усне опитування, вирішення практичних завдань «Аналіз клієнтської бази підприємства», обговорення ситуаційного завдання «Агресивна конкуренція на ринку». Навчальна дискусія «Як бізнес-аналітика допомагає у виявленні прихованих можливостей підприємства?»</p>
	<p>Практичне заняття 6 2 год.</p>	<p>Усне опитування, тестування, вирішення практичних завдань «Оцінка конкурентного середовища за допомогою SWOT-аналізу», обговорення ситуаційного завдання «Зміна постачальника». Навчальна дискусія «Як конкуренція впливає на стратегію бізнес-аналітики підприємства?»</p>
	<p>Самостійна робота 7 год</p>	<p>Розробити презентацію на одну з обраних тем (10-12 слайдів): Мікросередовище підприємства: структура та вплив на бізнес-аналітику. Роль бізнес-аналітики у вивченні конкурентного середовища. Вплив внутрішніх факторів (персоналу, ресурсів, фінансів) на розвиток бізнесу. Автоматизація бізнес-аналітики для оцінки діяльності підприємства. Як використовувати бізнес-аналітику для підвищення ефективності взаємодії з клієнтами?</p>
<p>Тема 4. Бізнес-аналітика кон'юнктури ринку Знати: сутність, мету та завдання бізнес-аналізу кон'юнктури ринку. Вміти: проводити оцінку динаміки розвитку структурних елементів кон'юнктури; збір і накопичення кон'юнктурної інформації; моніторинг чинників, які впливають на кон'юнктуру ринку. Формування компетенцій: ЗК 6, ЗК 7, ПП 6, ПП 7, ПП 8 Результати навчання: ПРН 6, ПРН 7, ПРН 8, ПРН 9 Рекомендовані джерела: 1-8</p> <p>Оцінювання за тему = 6 балів</p>	<p>Лекція 4 2 год.</p>	<p>Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів</p>
	<p>Практичне заняття 7 2 год.</p>	<p>Усне опитування, вирішення практичних завдань «Аналіз кон'юнктури ринку за допомогою PEST-аналізу», обговорення ситуаційного завдання «Вихід нового конкурента на ринок». Навчальна дискусія «Як глобальні кризи впливають на кон'юнктуру ринку?»</p>
	<p>Практичне заняття 8 2 год.</p>	<p>Усне опитування, тестування, вирішення практичних завдань, «SWOT-аналіз поточного стану ринку», обговорення ситуаційного завдання «Зміна регулювання ринку». Навчальна дискусія «Як цифровізація змінює підходи до аналізу ринку?»</p>
	<p>Самостійна робота 7 год</p>	<p>Розробити презентацію на одну з обраних тем (10-12 слайдів): SWOT-аналіз як інструмент оцінки ринкової кон'юнктури. Використання бізнес-аналітики для прогнозування змін на ринку. Конкурентне середовище та його вплив на ринкову кон'юнктуру. Сезонні коливання ринку та їхній вплив на бізнес. Роль державного регулювання у формуванні ринкової кон'юнктури.</p>
<p>Розділ 2 «МАРКЕТИНГОВА БІЗНЕС-АНАЛІТИКА ЕЛЕМЕНТІВ МАРКЕТИНГ-МІКС»</p>		

<p>Тема 5. Бізнес-аналіз товарної політики підприємства Знати: сутність та основні завдання бізнес-аналізу, маркетингові складові елементів товару, Вміти: проводити аналіз товарного асортименту та номенклатури та товарної інноваційної політики. Формування компетенцій: ЗК 6, ЗК 7, ЗК 8, ЗК 9, ПП 6, ПП 7, ПП 8, ПП9, ПП 10, ПП 11 Результати навчання: ПРН 6, ПРН 7, ПРН 8, ПРН 9 Рекомендовані джерела: 1-8</p> <p>Оцінювання за тему = 8 балів</p>	Лекція 5 2 год.	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 9 2 год.	Усне опитування, вирішення практичних завдань «Аналіз товарної номенклатури та асортименту», обговорення ситуаційного завдання «Проблеми з продажами нового товару». Навчальна дискусія «Баланс між інноваціями та стабільністю в товарній політиці: що важливіше?»
	Практичне заняття 10 2 год.	Усне опитування, тестування, вирішення практичних завдань «Використання матриці BCG для аналізу товарного портфеля», обговорення ситуаційного завдання «Оптимізація асортиментної політики». Навчальна дискусія «Чи варто підприємствам швидко реагувати на тренди, чи краще дотримуватися довгострокової стратегії?»
	Самостійна робота 7 год	Розробити презентацію на одну з обраних тем (10-12 слайдів): Роль бізнес-аналізу в розробці та коригуванні товарної політики підприємства. Використання аналітичних інструментів у розробці нових товарів. Товарна політика підприємства в умовах цифрової трансформації. Вплив брендингу та репозиціонування товарів на фінансові показники компанії. Управління товарним портфелем: стратегічні підходи та інструменти.
<p>Тема 6. Бізнес-аналіз цінової політики підприємства Знати: поняття, завдання та напрями бізнес-аналізу цінової політики Вміти: проводити аналіз кредитної, фінансової та преміальної політики фірми через призму цін та бізнес-аналіз цін з позицій мікросередовища. Формування компетенцій: ЗК 6, ЗК 7, ЗК 8, ЗК 9, ПП 6, ПП 7, ПП 8, ПП9, ПП 10, ПП 11 Результати навчання: ПРН 6, ПРН 7, ПРН 8, ПРН 9 Рекомендовані джерела: 1-8</p> <p>Оцінювання за тему = 8 балів</p>	Лекція 6 2 год.	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 11 2 год.	Усне опитування, вирішення практичних завдань» Розрахунок еластичності попиту за ціною», обговорення ситуаційного завдання «Реакція на зміну цін конкурентів». Навчальна дискусія «Як цифрові технології змінюють підходи до ціноутворення?»
	Практичне заняття 12 2 год.	Усне опитування, тестування, вирішення практичних завдань «Конкурентне ціноутворення», обговорення ситуаційного завдання «Ефективність акцій та знижок». Навчальна дискусія «Який вплив має сезонність на бізнес-аналіз цінової політики?»
	Самостійна робота 7 год	Розробити презентацію на одну з обраних тем (10-12 слайдів): Вплив конкурентного середовища на цінову політику Психологічні аспекти ціноутворення: як ціна впливає на споживачів Цінова дискримінація: переваги та ризики для підприємства Динамічне ціноутворення: застосування у сучасному бізнесі Зв'язок між ціноутворенням і брендингом: як вартість формує імідж компанії
<p>Тема 7 Бізнес-аналіз дистрибуції Знати: завдання аналізу дистрибуції та джерела інформації для його проведення. Вміти: проводити оцінки доцільності використовуваних фірмою каналів дистрибуції; аналіз обсягів продажу товарів через різні рівні каналів розподілу; визначення величини рентабельності товарів, реалізованих каналами розподілу різного рівня</p>	Лекція 7 2 год.	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 13 2 год.	Усне опитування, вирішення практичних завдань «Аналіз ефективності каналів дистрибуції», обговорення ситуаційного завдання «Вибір між прямим і непрямим каналом дистрибуції». Навчальна дискусія «Чи може онлайн-дистрибуція повністю замінити традиційні канали збуту?»

<p>Формування компетенцій: ЗК 7, ЗК 8, ЗК 9, ПП 6 – 14 Результати навчання: ПРН 6, ПРН 7, ПРН 8, ПРН 9 Рекомендовані джерела: 1-8</p> <p>Оцінювання за тему = 8 балів</p>	<p>Практичне заняття 14 2 год.</p>	<p>Усне опитування, тестування, вирішення практичних завдань «Аналіз логістичних витрат у дистрибуції», обговорення ситуаційного завдання «Оптимізація дистрибуційної мережі».</p> <p>Навчальна дискусія «Вплив екологічних стандартів на організацію дистрибуції товарів»</p>
	<p>Самостійна робота 8 год</p>	<p>Розробити презентацію на одну з обраних тем (10-12 слайдів): Роль посередників у системі дистрибуції та методи їх оцінки. Вплив технологічних інновацій на дистрибуцію товарів і послуг. Франчайзинг як ефективний дистрибуційний механізм. Вплив маркетингових стратегій на вибір каналів дистрибуції. Автоматизація процесів дистрибуції та використання штучного інтелекту.</p>
<p>Тема 8. Бізнес-аналіз маркетингових комунікацій підприємства Знати: сутність бізнес-аналіз маркетингових комунікацій підприємства та його основні завдання. Вміти: проводити оцінку результативності та ефективності системи маркетингових комунікацій Формування компетенцій: ЗК 7, ЗК 8, ЗК 9, ПП 6 – 14 Результати навчання: ПРН 6, ПРН 7, ПРН 8, ПРН 9 Рекомендовані джерела: 1-8</p> <p>Оцінювання за тему = 8 балів</p>	<p>Лекція 8 2 год.</p>	<p>Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів</p>
	<p>Практичне заняття 15 2 год.</p>	<p>Усне опитування, вирішення практичних завдань «Аналіз ефективності маркетингових каналів комунікації», обговорення ситуаційного завдання «Падіння ефективності реклами».</p> <p>Навчальна дискусія «Чи можуть соціальні мережі повністю замінити традиційні маркетингові комунікації?»</p>
	<p>Практичне заняття 16 2 год.</p>	<p>Усне опитування, тестування, вирішення практичних завдань «Використання А/В-тестування у маркетингових комунікаціях», обговорення ситуаційного завдання «Вплив негативних відгуків у соціальних мережах». Навчальна дискусія «Чи є вірусний маркетинг ефективним у довгостроковій перспективі»</p>
	<p>Самостійна робота 8 год</p>	<p>Розробити презентацію на одну з обраних тем (10-12 слайдів): Аналіз діджитал-комунікацій: роль соцмереж та інтернет-реклами. Порівняльний аналіз традиційних та цифрових каналів комунікації. Розробка ефективної комунікаційної стратегії для бренду. Споживчий досвід та його вплив на маркетингові комунікації. Кейс-аналіз успішних маркетингових комунікацій (Coca-Cola, Apple, Nike тощо)</p>
<p>Тема 9 Бізнес-аналіз маркетингових ризиків Знати: вимоги до підготовки звіту, процес підготовки та структура наукового звіту про результати маркетингового дослідження та аналізу. Вміти: інтерпретувати результати аналізу, проводити аналіз втрат від маркетингових ризиків та аналіз ефективності антикризових заходів. Формування компетенцій: ЗК 7, ЗК 8, ЗК 9, ПП 6 – 14 Результати навчання: ПРН 6, ПРН 7, ПРН 8, ПРН 9 Рекомендовані джерела: 1-8</p> <p>Оцінювання за тему = 8 балів</p>	<p>Лекція 9 2 год.</p>	<p>Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів</p>
	<p>Практичне заняття 17 2 год.</p>	<p>Усне опитування, вирішення практичних завдань «Ідентифікація та оцінка маркетингових ризиків», обговорення ситуаційного завдання «Втрата лояльності клієнтів через негативний маркетинг».</p> <p>Навчальна дискусія «Які ризики для бренду несуть соціальні мережі?»</p>
	<p>Практичне заняття 18 2 год.</p>	<p>Усне опитування, тестування, вирішення практичних завдань «Аналіз маркетингових ризиків за методом SWOT», обговорення ситуаційного завдання «Ризик втрати конкурентної переваги».</p> <p>Навчальна дискусія «змінюється управління маркетинговими ризиками в умовах економічної нестабільності?»</p>
	<p>Самостійна робота 8 год</p>	<p>Розробити презентацію на одну з обраних тем (10-12 слайдів): Фінансові та репутаційні ризики у маркетинговій діяльності Ризики цифрового маркетингу: загрози для бренду в онлайн-середовищі</p>

Маркетингові ризики у кризових ситуаціях: антикризові стратегії
Кейс-аналіз маркетингових невдач через недооцінку ризиків
Роль маркетингової аналітики у попередженні ризиків

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. Воскобоєва О.В., Ромащенко О.С. Бізнес-діагностика в маркетингу: навчальний посібник. Київ: Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій, 2025. 164с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_2275_14853958.pdf
2. Гайденко С. М, Костюк В. О. Бізнес-статистика: навч. посіб. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2023. 190 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_1305_17702452.pdf
3. Економічна аналітика в бізнесі: навч. посібник; за ред. О.С. Гринькевич, С.О. Матковського, А.В. Сидорової, Н.С. Струк. Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2022. 480 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_584_47728279.pdf
4. Пістунов І.М. Моделювання бізнес процесів: навчальний посібник. Д.: НТУ «ДП», 2021. 130 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_517_13694482.pdf
5. Лаговський В. В. Бізнес-аналітика та моделювання: навчальний посібник. Ірпінь: Університет ДФС України, 2020. 442 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_516_92891416.pdf
6. Зоріна О. І., Нескуба Т. В., Мкртчян О. М. Маркетингово-економічний аналіз: конспект лекцій. 2021. URL: <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2286/view/255>
7. Дарчук В.Г. Аналіз та планування маркетингової діяльності. Навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2019. 146 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_796_67558907.pdf
8. Сидорова А. В., Біленко Д. В., Буркіна Н. В. Бізнес-аналітика: навчально-методичний посібник. 2019. URL: <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2286/view/2333>

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 дотримуватись 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:

КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ 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 успішність 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

Форми контролю / Види навчальної роботи	Оцінювання
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ:	
<i>Робота на заняттях, у т.ч.</i>	
участь у експрес-опитуванні	за кожен правильну відповідь - 0,2 бали
доповідь з презентацією за тематикою самостійної роботи	за кожен презентацію (реферат) максимум - 2 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
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
<i>Додаткова оцінка за видами діяльності за тематикою дисципліни</i>	
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: екзамен	Екзамен проходить у письмовій формі. Максимальна оцінка - 40 балів

ПІДСУМКОВА ОЦІНКА ЗА ДИСЦИПЛІНУ

бали	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка / запис в екзаменаційній відомості
90-100	Студент демонструє повні й міцні знання навчального матеріалу в обсязі, що відповідає силабусу дисципліни, правильно й обґрунтовано приймає необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях. Вміє реалізувати теоретичні положення дисципліни в практичних розрахунках, аналізувати та співставляти дані об'єктів діяльності фахівця на основі набутих з даної та суміжних дисциплін знань та умінь. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включатись в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються. Зменшення 100-бальної оцінки може бути пов'язане з недостатнім розкриттям питань, що стосуються дисципліни, яка вивчається, але виходить за рамки об'єму матеріалу, передбаченого силабусом, або студент проявляє невпевненість в тлумаченні теоретичних положень чи складних практичних завдань	Високий Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в силабусі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка	Відмінно / Зараховано (А)

		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 силабусу дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	Добре / Зараховано (C)
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.	Середній Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни	Задовільно / Зараховано (D)
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	Середній Є мінімально допустимим у всіх складових силабусу 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) В залікову книжку не проставляється
0-34	Студент повністю не виконав вимог силабусу навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Студент не допущений до здачі екзамену	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 проставляється