

СИЛАБУС КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГОВА ЦІНОВА ПОЛІТИКА»

Лектор курсу		Совершенна Ірина Олексіївна , кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу		Контактна інформація лектора (e-mail), посилання в GWE		e-mail: i.sovershenna@duikt.edu.ua; код курсу в GWE: aotvet6 Посилання на курс в GWE: https://classroom.google.com/c/NzUxNDg0OTExMDk3	
Галузь знань		07 <i>Управління та адміністрування</i>		Рівень вищої освіти		бакалавр	
Спеціальність		075 Маркетинг		Семестр		8	
Освітня програма		«Маркетинг»		Тип дисципліни		Основна освітня компонента ОПІ	
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:				
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка
	4	120	18	-	28	-	74
АНОТАЦІЯ КУРСУ							
Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі							
Освітні компоненти, які передують вивченню			Економіка підприємства, Маркетингова бізнес-аналітика, Маркетингові дослідження, Електронний бізнес, Поведінка споживачів, Маркетингова товарна політика, Електронні закупівлі, Маркетингові чинники результативності бізнесу, Управління продажем, Засади відкриття власного бізнесу				
Освітні компоненти для яких є базовою			Кваліфікаційна робота				
Мета курсу:	надання студентам необхідних теоретичних знань, вивчення і засвоєння теоретичних концептуальних положень і набуття практичних навичок щодо формування і управління ціновою політикою.						
Компетентності відповідно до освітньої програми							
Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)				Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетентності (ПП)			
<p>ЗК5. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість, мотивувати людей та рухатися до спільної мети, бути наполегливим у досягненні поставлених завдань і взятих обов'язків.</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 12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p>				<p>ПП 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі</p> <p>ПП 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу</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>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>ПП14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>			
Програмні результати навчання (ПРН)							
ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.							

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

ПРН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, оцінювання за тему	Вид заняття	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
Розділ 1 «ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ»		
Тема 1. Теоретичні засади формування маркетингової цінової політики. Знати: поняття концепції ціноутворення в теорії маркетингу, принципи та види ціноутворення, систему цін та їх класифікацію, функції цін, завдання фірми в сфері цінової політики; вплив ціни товару на економічну поведінку виробників та споживачів. Вміти: застосовувати методи прямого та непрямого ціноутворення Формування компетенцій: ЗК6, ЗК7, ПП3, ПП8, ПП11 Результати навчання: ПРН 4, ПРН 10, ПРН 11 Рекомендовані джерела: 1-3, 5 Оцінювання за тему = 6 балів	Лекція 1 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 1 2 год.	Усне опитування, навчальна дискусія, оцінка конкретних прикладів цінової політики відомих компаній, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	Самостійна робота 8 год	Обґрунтуйте відповідь на питання: Різниця залежностей ціни від попиту за стандартними товарами та престижними товарами. Залежність функції попиту від цінових та нецінових факторів
Тема 2. Чинники ціноутворення Знати: склад і структуру ціни, класифікацію цін, види знижок, основні чинники ціноутворення Вміти: розумітися на основних чинниках ціноутворення Формування компетенцій: ЗК6, ЗК7, ПП7, ПП8, ПП11 Результати навчання: ПРН 4, ПРН 9, ПРН 10 Рекомендовані джерела: 1-4 Оцінювання за тему = 6 балів	Лекція 2 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 2 2 год.	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	Самостійна робота 8 год	Обґрунтуйте відповідь на питання: Цінова еластичність попиту та як вона визначається. Методи виміру попиту та його еластичності за ціною.
Тема 3. Методи ціноутворення Знати: витратні, ринкові, нормативно-параметричні методи ціноутворення, сутність методу прямих витрат, методу «кривої досвіду», методу граничних витрат, методу аналізу беззбитковості та забезпечення цільового прибутку Вміти: використовувати різні методи ціноутворення Формування компетенцій: ЗК 6, ЗК 8, ПП 5, ПП 8	Лекція 3 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичні заняття 3-4 4 год.	Усне опитування, навчальна дискусія, розв'язування задач на розрахунок ціни різними методами
	Самостійна робота	Обґрунтуйте відповідь на питання: В яких випадках застосовують цінові експерименти і що вони дають.

<p>Результати навчання: ПРН 4, ПРН 9, ПРН 10 Рекомендовані джерела: 1-3, 5</p> <p>Оцінювання за тему = 6 балів</p>	8 год	Для яких цілей застосовують метод лінійного згладжування та в чому його сутність. Цінові опитування, їх переваги та недоліки
Розділ 2 «УПРАВЛІННЯ І ПЛАНУВАННЯ ЦІНИ»		
<p>Тема 4. Маркетингова стратегія ціноутворення Знати: фактори, що впливають на вибір цінової стратегії фірми, сутність стратегії "зняття вершків", "проникнення на ринок", психологічного ціноутворення, цінового лідерства, престижних та сигнальних цін Вміти: вибирати цінову стратегію фірми на сформованому ринку Формування компетенцій: ЗК 7, ПП 8, ПП 14, ПП 17 Результати навчання: ПРН 4, ПРН 8, ПРН 10, ПРН 11 Рекомендовані джерела: 1-4, 6</p> <p>Оцінювання за тему = 7 балів</p>	<p>Лекція 4 2 год.</p> <p>Практичні заняття 5-6 4 год.</p> <p>Самостійна робота 8 год</p>	<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p> <p>Усне опитування, навчальна дискусія, доповіді з презентаціями за тематикою самостійного вивчення дисципліни (стратегії ціноутворення на різних ринках).</p> <p>Обґрунтуйте відповідь на питання: Класифікація цінових стратегій. Характеристика цінових стратегій, які визначаються рівнем цін. Сутність матриці цінових стратегій «ціна-якість». Цінова дискримінація та диференціація цін. Тактика як інструмент здійснення цінової стратегії.</p>
<p>Тема 5. Маркетингове ціноутворення у сфері обігу споживчих товарів Знати: фактори, що впливають на вибір цінової стратегії у сфері обігу споживчих товарів Вміти: вибирати методи і цінову стратегію фірми на ринку споживчих товарів, розраховувати ціну і націнку на споживчі товари Формування компетенцій: ЗК6, ЗК7, ЗК8, ПП 8, ПП 11, ПП 14 Результати навчання: ПРН 4, ПРН 10 Рекомендовані джерела: 1-4</p> <p>Оцінювання за тему = 7 балів</p>	<p>Лекція 5 2 год.</p> <p>Практичні заняття 7-8 4 год.</p> <p>Самостійна робота 8 год</p>	<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p> <p>Усне опитування, навчальна дискусія, доповіді з презентаціями за тематикою самостійного вивчення дисципліни (стратегії ціноутворення на різних ринках).</p> <p>Обґрунтуйте відповідь на питання: Особливості ціноутворення у сфері обігу споживчих товарів першої необхідності. Маркетингові стратегії для товарів-новинок. Стратегія „зняття вершків”, „проникнення”. Маркетинговий ціновий моніторинг. Методика проведення моніторингу цін і тарифів на споживчому ринку. Виконання індивідуальних письмових завдань.</p>
<p>Тема 6. Маркетингове ціноутворення у сфері послуг Знати: фактори, що впливають на вибір цінової стратегії фірми сфери послуг, Вміти: вибирати методи і цінову стратегію фірми на ринку споживчих товарів, розраховувати ціну на послуги Формування компетенцій: ЗК 7, ПП 5, ПП 8, ПП 11 Результати навчання: ПРН 4, ПРН 10 Рекомендовані джерела: 1-5</p> <p>Оцінювання за тему = 7 балів</p>	<p>Лекція 6 2 год.</p> <p>Практичне заняття 9 2 год.</p> <p>Самостійна робота 8 год</p>	<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p> <p>Усне опитування, навчальна дискусія, доповіді з презентаціями за тематикою самостійного вивчення дисципліни (стратегії ціноутворення на різних ринках).</p> <p>Обґрунтуйте відповідь на питання: Особливості ціноутворення в ритейлі техніки і електроніки. Особливості ціноутворення на ринку ІТ-послуг. Особливості ціноутворення в продуктовому ритейлі.</p>
Розділ 3 «ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ»		
<p>Тема 7. Цінові ризики в маркетингу</p>	Лекція 7	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів

<p>Знати: сутність ризику та помилки у ціноутворенні, основні чинники існування цінових ризиків, методи розрахунку ризику</p> <p>Вміти: оцінювати ризики за допомогою розрахунково-аналітичних, економіко-статистичних, аналогових та експертних методів, проводити оцінку інфляційного очікування, управляти ризиками</p> <p>Формування компетенцій: ЗК 7, ЗК 8, ПП 7, ПП 12</p> <p>Результати навчання: ПРН 4, ПРН 9, ПРН 10</p> <p>Рекомендовані джерела: 1-5, 7</p> <p>Оцінювання за тему = 7 балів</p>	2 год.	
	Практичне заняття 10 2 год.	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни, розв'язування задач на методи оцінювання ризиків
	Самостійна робота 8 год	Обґрунтуйте відповідь на питання: Визначення і класифікація господарських ризиків. До якого виду господарських ризиків відноситься ціновий ризик та які етапи включає алгоритм аналізу цінових ризиків. Роль оцінки ризику рішень, які приймаються у ціноутворенні. Методи оцінки ризику в розрахунках цін. Розрахунок цінового ризику за методом експертних оцінок. Оцінка інфляційного очікування.
<p>Тема 8. Оцінка ефективності маркетингової цінової політики</p> <p>Знати: показники ефективності маркетингової діяльності підприємства в розрізі цінової політики.</p> <p>Вміти: розраховувати ефективність маркетингової цінової політики підприємства різними методами</p> <p>Формування компетенцій: ЗК 8, ЗК 12, ПП 7, ПП 12</p> <p>Результати навчання: ПРН 4, ПРН 10</p> <p>Рекомендовані джерела: 2, 5</p> <p>Оцінювання за тему = 7 балів</p>	Лекція 8 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичні заняття 11-12 4 год.	доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни, вирішення задач, вправ та ситуацій
	Самостійна робота 8 год	Основні показники оцінки ефективності цінової політики. Методи оцінювання ефективності маркетингової цінової політики. Показники ефективності маркетингової діяльності підприємства в розрізі елементів комплексу маркетингу. Індекс товарообігу, Коефіцієнт співвідношення середньої ціни продукції до середньої ринкової ціни, Коефіцієнт покриття витрат, Рівень торгової націнки в роздрібній ціні.
<p>Тема 9. Система державного регулювання цін</p> <p>Знати: чинники та інструменти державного регулювання цін</p> <p>Вміти: розумітися на законодавчому регулюванні процесів ціноутворення</p> <p>Формування компетенцій: ЗК 7, ПП 11, ПП 17</p> <p>Результати навчання: ПРН 4, ПРН 10, ПРН 11</p> <p>Рекомендовані джерела: 2, 5, 7</p> <p>Оцінювання за тему = 7 балів</p>	Лекція 9 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичні заняття 13-14 4 год.	Усне опитування, навчальна дискусія, міні-довіді з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни, проведення модульного контролю «Управління і планування ціни»
	Самостійна робота 8 год	Визначення і цілі державної цінової політики. Заходи державного регулювання ціноутворення. Методи прямого і непрямого державного регулювання ціноутворення. Взаємодія цін і фінансових інструментів. Взаємозв'язок ціни й оподаткування. Групи податків за джерелами сплати. Як за допомогою ПДВ та акцизного збору держава впливає на ціноутворення. Розрахунок величини оптової ціни з акцизом. Напрямок „дирижизму” у ціноутворенні. Інфляція та її вплив на цінову політику.

МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран.

Програмне забезпечення: ОС Windows, MS Office, доступ до онлайн-додатків, періодичних видань та інших інтернет-джерел, до електронної бібліотеки ДУІКТ, до середовища Google Workspace for Education, платформи Microsoft Teams, Google Class Room, до Zoom, інформації сайту Університету

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Бучнев М.М. Маркетингове ціноутворення : навчальний посібник. Київ: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2023. 134 с. <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2284/view/100>
 2. Окландер М. А., Чукурна О. П. Маркетингова цінова політика. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2020. – 240 с. https://duikt.edu.ua/uploads/1_1418_76066421.pdf
 3. Макаренко Н. О., Лищенко М. О. Маркетингове ціноутворення. Теоретичні основи : навч. посіб. Буринь: ПП «Буринська районна друкарня», 2020. 129 с. <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2284/view/258>
 4. Бурліцька О.П. Маркетингове ціноутворення: конспект лекцій. Тернопіль: ТНТУ ім. І. Пулюя, 2019. 43 с. <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2284/view/258>
 5. Корінев В. П., Корецький М. Х., Дацій О. І. Маркетингова цінова політика. Навч. посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2020. 200 с.
 6. Круш П. В. Ціноутворення: підручник / П. В. Круш, О. І. Андрусь: відп. редактор В. М. Марченко. К.: КПІ ім. Ігоря Сікорського: Політехніка, 2019. 291 с.
 7. Колесников О. В. Ціноутворення. Навчал. посібник. Видання 4-е. К.: Центр навчальної літератури, 2019. 156 с.
 8. Совершенна І.О., Недопако Н.М., Ботнар Я.В. (2021) Особливості маркетингового ціноутворення під час пандемії COVID-19. Економіка. Менеджмент. Бізнес. Київ: ДУТ, 2021. №3. С.35-40. URL: <http://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2679>
 9. Крижко О. В., Совершенна І. О., Коваленко А. М. (2020) Специфіка ціноутворення в умовах гострої конкуренції. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". № 9. URL:<https://www.inter-nauka.com/archive/archive-of-issues/>
 10. Совершенна І.О., Ботнар Я.В. (2020) Особливості маркетингового ціноутворення під час кризи. Перспективи розвитку сучасної науки та освіти (частина І): матеріали ІІ Міжнародної науково-практичної конференції м. Львів, 15-16 червня 2020 року. Львів : Львівський науковий форум, 2020. С.32-33 Режим доступу: <http://lviv-forum.inf.ua/material.htm>
 11. Vynogradova O., Sovershenna, I., Yesmakhanova, A., Ihnatenko O. (2024) Development trends of payment ecosystems as a key link of the e-commerce infrastructure. International Science Journal of Management, Economics & Finance. 2024. Vol. 3 No. 5, P. 45–54. URL: <https://doi.org/10.46299/j.isjmef.20240305.06>
- Додаткова література:**
12. Закон України "Про ціни і ціноутворення" від 03.12.90 р. № 507-XI. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17#Text>
 13. Центр соціально-економічних досліджень. www.caseukraine.com.ua.
 14. Державна служба статистики України <https://www.ukrstat.gov.ua/>
 15. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. URL: www.me.gov.ua
 16. Торгово-промислова палати України. URL: <http://www.ucci.org.ua/ua/main.html>;
 17. Міжнародна торгова палата: <http://www.iccwbo.org/>.
 18. Інкотермс в Україні <https://www.incoterms.zed.ua/home>
 19. Паундстоун Вільям. 9,99. Міф про чесну ціну / пер. з англ. Дмитро Кожедуб. - К.:Наш формат, 2019. - 344 с.

ПОЛІТИКА КУРСУ («ПРАВИЛА ГРИ»)

- Курс передбачає роботу в колективі.
- Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.
- Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу.
- Самостійна робота включає в себе теоретичне вивчення питань, що стосуються тем лекційних занять, які не ввійшли в теоретичний курс, або ж були розглянуті коротко, їх поглиблена проробка за рекомендованою літературою.
- Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.
- Якщо здобувач відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.
- За ініціативою викладача зміст даного курсу планується оновлювати щорічно, враховуючи зміни у законодавстві України, наукові досягнення .. Здобувачі також можуть долучатись до оновлення дисципліни шляхом подання пропозицій викладачу стосовно новітніх змін .. За таку ініціативу студенти можуть отримати додаткові бали.

НЕФОРМАЛЬНА ТА ІНФОРМАЛЬНА ОСВІТА

Здобувачі мають право на перезарахування результатів навчання набутих у неформальній та інформальній освіті згідно «Положення про неформальну освіту

ПРАВИЛА АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

- Здобувачі освіти у своїй навчальній діяльності зобов'язані дотримуватися цінностей, принципів і правил академічної доброчесності.
- Кожне навчальне завдання має бути виконане самостійно, крім випадків, коли його виконання передбачає участь декількох осіб або правилами виконання відповідних завдань дозволено отримання допомоги від інших осіб, використання допоміжних матеріалів та засобів, мережі Інтернет тощо.
- Кожен здобувач освіти у разі використання у своєму академічному творі результатів інтелектуального творіння інших авторів (текстів, ідей, розробок, тверджень, відомостей, думок тощо) зобов'язаний зробити посилання на відповідне джерело інформації.
- Навчальна робота може включати (повністю або частково) попередню навчальну роботу здобувача освіти лише у тому випадку, якщо це прямо дозволено умовами навчального завдання.
- В аудиторії здобувачі не допускаються до списування та обману – за порушення принципів академічної доброчесності викладач може накладати санкції: зниження балів, повернення роботи на доопрацювання, не допущення до захисту роботи та ін.
- Здобувачі можуть ознайомитися із Кодексом академічної доброчесності Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій на сторінці сайту chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_96297052.pdf?2

КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Умовою допуску до підсумкового контролю є виконання всіх практичних робіт і виконання самостійних завдань, які передбачені структурою освітньої компоненти «Маркетингова товарна та цінова політика»

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

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

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

ПІДСУМКОВА ОЦІНКА ЗА ДИСЦИПЛІНУ

бали	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка /зачис в екзаменаційній відомості
90-100	<p>Студент демонструє повні й міцні знання навчального матеріалу в обсязі, що відповідає силабусу дисципліни, правильно й обгрунтовано приймає необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях.</p> <p>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.</p> <p>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</p>	<p>Високий</p> <p>Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в силабусі дисципліни.</p> <p>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.</p>	<p align="center">Відмінно / Зараховано (A)</p>
82-89	<p>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.</p> <p>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</p>	<p>Достатній</p> <p>Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни</p>	<p align="center">Добре / Зараховано (B)</p>
75-81	<p>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.</p>	<p>Достатній</p> <p>Конкретний рівень, за вивченим матеріалом силабусу дисципліни.</p> <p>Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.</p>	<p align="center">Добре / Зараховано (C)</p>
67-74	<p>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.</p>	<p>Середній</p> <p>Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни</p>	<p align="center">Задовільно / Зараховано (D)</p>
60-66	<p>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</p>	<p>Середній</p> <p>Є мінімально допустимим у всіх складових силабусу дисципліни</p>	<p align="center">Задовільно / Зараховано (E)</p>
35-59	<p>Студент може відтворити окремі фрагменти з курсу.</p> <p>Незважаючи на те, що силабус дисципліни студент виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є невірними, необгрунтованими.</p> <p>Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у студента відсутня.</p>	<p>Низький</p> <p>Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни</p>	<p>Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не зараховано (FX) В залікову книжку не представляється</p>
0-34	<p>Студент повністю не виконав вимог силабусу навчальної дисципліни.</p> <p>Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними.</p> <p>Студент не допущений до здачі екзамену</p>	<p>Незадовільний</p> <p>Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни</p>	<p>Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням / Не допущений (F) В залікову книжку не представляється</p>