

СИЛАБУС КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

«МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА»

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/NzUwMDQ0TE1NTM1	
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	-	36	-	66
АНОТАЦІЯ КУРСУ							
Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі							
Освітні компоненти, які передують вивченню			Маркетингова бізнес-аналітика, Маркетингові дослідження, Електронний бізнес, Поведінка споживачів, Брендінг				
Освітні компоненти для яких є базовою			Міжнародний маркетинг, Управління продажем, Маркетингова цінова політика				
Мета курсу:	формування у студентів системи спеціальних теоретичних знань та практичних навичок з питань розробки, обґрунтування та реалізації ефективної товарної та цінової політики в умовах конкурентного ринку.						
Компетентності відповідно до освітньої програми							
Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)				Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетентності (ПП)			
ЗК5.Здатність виявляти ініціативу та підприємливість, мотивувати людей та рухатися до спільної мети, бути наполегливим у досягненні поставлених завдань і взятих обов'язків.				ПП 4.Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими			
ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.				ПП 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності			
ЗК 7. Здатність застосовувати професійні знання у практичних ситуаціях, уміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, приймати обґрунтовані рішення.				ПП 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності			
ЗК 8. Здатність до проведення досліджень, пошуку, оброблення та аналізу інформації на достатньо високому рівні.				ПП12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу			
				ПП13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос- функціональному розрізі			
				ПП14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.			
Програмні результати навчання (ПРН)							
ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.							
ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.							
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.							

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми, оцінювання за тему	Вид заняття	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
Розділ 1 «ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА»		
<p>Тема 1. Сутність маркетингової товарної політики підприємства Знати: поняття, структуру, складові механізми формування та реалізації маркетингової товарної політики, чинники, що впливають на формування товарної політики, Вміти: визначати цілі та завдання маркетингової товарної політики Формування компетенцій: ЗК 7, ПП 4, ПП 14, ПП 17 Результати навчання: ПРН 3, ПРН 8 Рекомендовані джерела: 1, 3, 5, 6</p> <p>Оцінювання за тему = 4 балів</p>	<p>Лекція 1 2 год.</p> <p>Практичне заняття 1 2 год.</p> <p>Самостійна робота 6 год</p>	<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p> <p>Усне опитування, тестування, обговорення ситуаційного завдання. Навчальна дискусія «Як ефективна маркетингова товарна політика впливає на конкурентоспроможність підприємства».</p> <p>Обґрунтуйте відповідь на питання: Фактори, що найбільше впливають на ефективність товарної політики компанії. Кейс-стаді: Проаналізуйте історію успіху або провалу конкретного товару (наприклад, iPhone, Coca-Cola New Formula, Tesla Model S).</p>
<p>Тема 2. Товар як об'єкт маркетингової товарної політики підприємства Знати: поняття товару, властивості товару, види та типи товарів, основні цілі та завдання товарної політики. Вміти: визначати споживчі та маркетингові властивості товару, розробляти рекомендації щодо ефективного управління товаром на ринку Формування компетенцій: ЗК 7, ПП 4, ПП 7, ПП 12, ПП 17 Результати навчання: ПРН 4, ПРН 8, ПРН 13 Рекомендовані джерела: 1, 3, 5, 6</p> <p>Оцінювання за тему = 4 балів</p>	<p>Лекція 2 2 год.</p> <p>Практичне заняття 2 2 год</p> <p>Самостійна робота 6 год</p>	<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p> <p>Усне опитування, тестування, вирішення практичних завдань, обговорення ситуаційного завдання «Проблема надлишкового асортименту». Навчальна дискусія « Чи можна створити унікальний товар, який буде успішним без активної маркетингової стратегії?», «Чи є можливим створення "вічного" товару, який не виходитиме з ринку?»</p> <p>Розробити презентацію на одну з обраних тем (10-12 слайдів): Товарна ідентичність та її вплив на сприйняття бренду. Властивості товару та їхній вплив на поведінку споживача. Екологічні характеристики товару: роль сталого виробництва у маркетингу. Інноваційні властивості товарів: роль технологій у створенні унікальних продуктів. Порівняльний аналіз властивостей товарів у різних галузях: техніка, продукти харчування, одяг, автомобілі</p>
<p>Тема 3. Якість товару в системі маркетингової товарної політики Знати: поняття якості і показники якості, чинники, що впливають на якість товару. Вміти: застосовувати методи аналізу якості товару Формування компетенцій: ЗК 7, ПП 4, ПП 7, ПП 12, ПП 17 Результати навчання: ПРН 4, ПРН 8, ПРН 13 Рекомендовані джерела: 1, 3, 5, 6</p> <p>Оцінювання за тему = 6 балів</p>	<p>Лекція 3 2 год.</p> <p>Практичне заняття 3 2 год</p> <p>Практичне заняття 4 2 год</p>	<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p> <p>Усне опитування, обговорення ситуаційного завдання «Проблеми з якістю продукції та репутація бренду». Навчальна дискусія « Як цифрові технології впливають на систему управління якістю товарів».</p> <p>Усне опитування, тестування, вирішення практичних завдань «SWOT-аналіз управління якістю на підприємстві» Навчальна дискусія «Як змінюється сприйняття якості в залежності від культурних особливостей різних країн?».</p>

	Самостійна робота 8 год	Провести оцінку якості певного товару (наприклад, мобільний телефон, каву, косметику) на основі відгуків споживачів і тестувань, розробити рекомендації для його модернізації з урахуванням вимог якості. Розробити презентацію на одну з обраних тем (10-12 слайдів): Якість продукції як стратегічний фактор конкурентоспроможності товару. Фактори, що впливають на якість товарів: внутрішні та зовнішні чинники. Якість послуг: особливості оцінки та підходи до її покращення. Вплив споживчих очікувань на формування вимог до якості продукції. Приклади провалів компаній через невідповідність продукції вимогам якості.
<p>Тема 4. Конкурентоспроможність товару та її показники Знати: поняття конкурентоспроможності товару, класифікацію показників та методи оцінки конкурентоспроможності товару. Вміти: обчислювати конкурентоспроможність товару, проводити оцінку кожного з товарів по окремим показникам, проводити інтегральна оцінка конкурентоспроможності кожного з товарів. Формування компетенцій: ЗК 7, ПП 7, ПП 11, ПП 12 Результати навчання: ПРН 3, ПРН 4, ПРН 9 Рекомендовані джерела: 1-4, 5, 6</p> <p>Оцінювання за тему = 10 балів</p>	Лекція 4 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 5 2 год	Усне опитування, обговорення ситуаційного завдання «Вихід нового товару на конкурентний ринок» Навчальна дискусія «Як змінюється поняття конкурентоспроможності в умовах цифрової трансформації бізнесу?», «Чи може бренд бути головним фактором конкурентоспроможності товару?»
	Практичне заняття 6 2 год	Усне опитування, обговорення ситуаційного завдання «Оптимізація товарного портфеля для підвищення конкурентоспроможності» Навчальна дискусія «Які стратегії дозволяють підтримувати конкурентоспроможність товару протягом усього життєвого циклу?»
	Практичне заняття 7 2 год	Усне опитування, тестування, вирішення практичних завдань «Розрахунок інтегрального показника конкурентоспроможності товару», «Розробка стратегії підвищення конкурентоспроможності товару». Навчальна дискусія «Чи можливо створити конкурентоспроможний товар без значних фінансових інвестицій?»
	Самостійна робота 10 год	Дослідити конкурентоспроможність товару (наприклад, смартфонів, автомобілів, побутової техніки), провести SWOT-аналіз його конкурентних позицій і обґрунтувати їхню конкурентну стратегію. Розробити презентацію на одну з обраних тем (10-12 слайдів): Основні фактори конкурентоспроможності товару: аналіз сучасних підходів. Вплив технологічних інновацій на конкурентоспроможність товару. Конкурентоспроможність товарів на міжнародних ринках: виклики та можливості. Роль маркетингових комунікацій у підвищенні конкурентоспроможності товарів. Сучасні підходи до підвищення конкурентоспроможності товару через бренд-стратегію.
<p>Тема 5. Життєвий цикл товару на ринку Знати: поняття життєвого циклу товару та його основні етапи, фактори, що впливають на тривалість життєвого циклу товару,</p>	Лекція 5 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне	Усне опитування, обговорення ситуаційного завдання «Життєвий цикл

<p>маркетингові стратегії на різних етапах життєвого циклу товару.</p> <p>Вміти: визначати етапи життєвого циклу товару, способи продовження життєвого циклу товару, розробити маркетингову стратегію на певному етапі життєвого циклу товару</p> <p>Формування компетенцій: ЗК 7, ПП 8, ПП 14, ПП 17</p> <p>Результати навчання: ПРН 3, ПРН 8, ПРН 10</p> <p>Рекомендовані джерела: 1, 3, 5, 6</p> <p>Оцінювання за тему = 8 балів</p>	заняття 8 2 год.	товару компанії «EcoTech Навчальна дискусія «Вплив технологічного прогресу на скорочення життєвого циклу товарів»
	Практичне заняття 9 2 год.	Усне опитування, тестування, вирішення практичних завдань «Аналіз життєвого циклу продукту», обговорення ситуаційного завдання «Життєвий цикл товару та його вплив на вибір маркетингової стратегії»
	Самостійна робота 6 год.	Вивчити життєвий цикл відомого товару (Coca-Cola, Tesla Model 3, або iPhone) та надати короткий аналіз із зазначенням ключових маркетингових стратегій на кожному етапі. Розробити презентацію на одну з обраних тем (10-12 слайдів): Життєвий цикл товару: аналіз на прикладі реального продукту (наприклад, смартфонів, автомобілів, тощо). Маркетингові стратегії на кожному етапі життєвого циклу товару: кейси провідних компаній. Продовження життєвого циклу товару через модернізацію: приклади успішних рішень. Порівняння життєвих циклів інноваційних та традиційних товарів. Вплив етапу ЖЦТ на цінову та товарну політику підприємства.
<p>Тема 6. Цільовий ринок та методика його вибору</p> <p>Знати: поняття цільового ринку, сутність матриці вибору цільового ринку, принципи позиціонування товару на ринку</p> <p>Вміти: застосовувати методи досягнення конкурентних переваг на цільовому ринку.</p> <p>Формування компетенцій: ЗК 7, ПП 8, ПП 11, ПП 12, ПП 14</p> <p>Результати навчання: ПРН 4, ПРН 8, ПРН 10</p> <p>Рекомендовані джерела: 1-4, 5, 6</p> <p>Оцінювання за тему = 6 балів</p>	Лекція 6 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 10 2 год.	Усне опитування, обговорення ситуаційного завдання «Перехід компанії на новий сегмент ринку». Навчальна дискусія «Як цифровізація впливає на процес сегментації та вибору цільового ринку?».
	Практичне заняття 11 2 год.	Усне опитування, тестування, вирішення практичних завдань «Аналіз позиціонування товару», «Розробка матриці вибору цільового ринку» обговорення ситуаційного завдання «Ребрендинг та нове позиціонування товару» Навчальна дискусія «Чи можуть маркетингові стратегії змінюватися залежно від етапу життєвого циклу товару?».
	Самостійна робота 6 год.	На прикладі галузі (наприклад, ринок органічної косметики, електромобілів чи спортивного одягу) визначити, як компанії сегментують своїх споживачів, побудувати матрицю вибору цільового ринку для конкретного бренду, враховуючи його потенційні сегменти. Розробити презентацію на одну з обраних тем (10-12 слайдів): Маркетингові стратегії для різних сегментів ринку: підходи та кейси. Позиціонування товару: як створити унікальну ринкову пропозицію. Масовий маркетинг vs. Нішевий маркетинг: що ефективніше? Роль Big Data в аналізі та виборі цільового ринку. Брендинг і його вплив на вибір цільового сегмента ринку.
<p>Тема 7. Формування товарного асортименту та управління ним</p> <p>Знати: поняття товару, властивості товару, види та типи товарів,</p>	Лекція 7 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів

<p>визначення товарного асортименту, принципи формування асортименту, методи аналізу асортименту Вміти: визначати товарний асортимент, аналізувати товарний асортимент, планувати та визначати споживчі показники товару Формування компетенцій: ЗК 7, ПП 4, ПП 7, ПП 12, ПП 17 Результати навчання: ПРН 4, ПРН 8, ПРН 13 Рекомендовані джерела: 1, 3, 5, 6</p> <p>Оцінювання за тему = 10 балів</p>	<p>Практичне заняття 12 2 год.</p>	<p>Усне опитування, вирішення практичних завдань «Аналіз товарного асортименту підприємства», обговорення ситуаційного завдання», «Життєвий цикл товару та його вплив на управління асортиментом» Навчальна дискусія «Етичність у зміні асортименту: чи повинні компанії зберігати «класичні» продукти, навіть якщо вони не приносять прибутку?»».</p>
	<p>Практичне заняття 13 2 год.</p>	<p>Усне опитування, вирішення практичних завдань «Порівняльний аналіз асортиментної політики конкурентів», АВС-аналіз товарного асортименту», обговорення ситуаційного завдання «Перенасичення ринку та оптимізація асортименту» Навчальна дискусія «Як глобалізація впливає на управління асортиментною політикою підприємства?»»</p>
	<p>Практичне заняття 14 2 год.</p>	<p>Усне опитування, тестування, вирішення практичних завдань «Розробка маркетингової стратегії для нового товару», обговорення ситуаційного завдання «Кризова ситуація з асортиментом» Навчальна дискусія «Вплив брендингу та позиціонування на товарну політику підприємства»</p>
	<p>Самостійна робота 10 год</p>	<p>Навести приклади товарів, які демонструють переваги кожної властивості товару. Дослідити товарний асортимент конкретного підприємства (вибрати самостійно), проаналізувати асортимент обраної категорії товарів. Розробити рекомендації щодо напрямів зміни асортименту обраного підприємства. Розробити презентацію на одну з обраних тем (10-12 слайдів): Планування товарного асортименту: основи та сучасні тренди Напрями змін асортименту: причини та наслідки Сучасні підходи до формування асортименту товарів у різних галузях Інновації у формуванні асортименту товарів: перспективи розвитку Вплив цифрових технологій на формування товарної політики</p>
	<p>Лекція 8 2 год.</p>	<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p>
<p>Тема 8. Розробка та впровадження нового товару на підприємстві Знати: особливості виробництва нових товарів, ключові функції розробки нового продукту Вміти: застосовувати методики пошуку ідей для нових продуктів, створювати унікальний продукт Формування компетенцій: ЗК 7, ПП 4, ПП 8, ПП 12, ПП 14 Результати навчання: ПРН 8, ПРН 10, ПРН 16 Рекомендовані джерела: 1-4, 5, 6 Оцінювання за тему = 6 балів</p>	<p>Практичне заняття 15 2 год.</p>	<p>Усне опитування, обговорення ситуаційного завдання «Вихід нового товару на конкурентний ринок». Навчальна дискусія «Інновації у розробці нових товарів: роль цифрових технологій та штучного інтелекту?».</p>
	<p>Практичне заняття 16 2 год.</p>	<p>Усне опитування, тестування, вирішення практичних завдань «Оптимізація нового продукту», обговорення ситуаційного завдання «Провал нового продукту на ринку». Навчальна дискусія «Чи варто компаніям ризикувати, виводячи абсолютно нові продукти, чи краще модифікувати існуючі?», «Як споживчі тренди впливають на процес створення нових товарів?»».</p>

	Самостійна робота 8 год	Визначити, які нові товари з'явилися на ринку за останній рік, та проаналізувати їх маркетингову стратегію. Розробити презентацію на одну з обраних тем (10-12 слайдів): Приклади успішних та провальних запусків нових товарів: аналіз ринкових кейсів. Маркетингові дослідження у процесі розробки нових товарів. Маркетингові стратегії просування нових товарів: як завоювати довіру споживачів. Інновації у розробці нових товарів: роль цифрових технологій та штучного інтелекту.
<p>Тема 9. Комплекс маркетингу товару та основи його побудови Знати: поняття товару, властивості товару, види та типи товарів, визначення товарного асортименту, принципи формування асортименту, методи аналізу асортименту Вміти: визначати товарний асортимент, аналізувати товарний асортимент, планувати та визначати споживчі показники товару Формування компетенцій: ЗК 7, ПП 4, ПП 7, ПП 12, ПП 17 Результати навчання: ПРН 4, ПРН 8, ПРН 13 Рекомендовані джерела: 1, 3, 5, 6</p> <p>Оцінювання за тему = 6 балів</p>	Лекція 9 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 17 2 год.	Усне опитування, обговорення ситуаційного завдання «Компанія виходить на новий ринок» Навчальна дискусія «Як змінюється комплекс маркетингу товару в умовах цифрової трансформації?», «Чи можливе повне заміщення традиційного маркетингу цифровими технологіями?»
	Практичне заняття 18 2 год.	Усне опитування, тестування, вирішення практичних завдань «Аналіз маркетингового комплексу товару (4Р)», «Аналіз ефективності маркетингових комунікацій», обговорення ситуаційного завдання «Нестандартне ціноутворення» Навчальна дискусія: «Як екологічність товару впливає на маркетинговий комплекс підприємства?»
	Самостійна робота 6 год	Розробити презентацію на одну з обраних тем (10-12 слайдів): Брендинг як частина маркетингового комплексу товару Життєвий цикл товару та маркетингові стратегії на кожному етапі Конкурентні стратегії у комплексі маркетингу товару Цінова політика як елемент маркетингового комплексу товару Вплив споживчих уподобань на формування маркетингового комплексу товару Маркетингові комунікації у просуванні товару

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 віртуального навчального середовища Zoom; Google Workspace for Education, інформації сайту Університету

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Мамчин М.М., Карпій О.П. Маркетингова товарна політика: практикум. Львів: Видавець ФОП Марченко Т.В., 2024. 157 с.
2. Райко Д.В., Шипуліна Ю.С. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. Суми : Триторія, 2022. 158 с. <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2284/view/169>
3. Райко Д.В., Шипуліна Ю.С. Р 18 Практикум з дисципліни «Маркетингова товарна політика»: навчальний посібник. Суми : Триторія, 2022. 164 с. <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2284/view/147>
4. Воскобоева 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

5. Воскобоєва О.В., Гусєва О.Ю., Ромащенко О.С. Планування діяльності підприємства. *Навчальний посібник*. Київ: Державний університет телекомунікацій, 2021. URL: <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2416/view/2159>

6. Економіка підприємництва : підручник / за ред. проф. Л. В. Фролової. Одеса: Бондаренко М. О., 2020. 708 с.

Додаткова

1. Ромащенко О.С., Дарчук В. Г., Качмала В. І., Снітко А. С. (2025). Система показників оцінки ефективності управління маркетинговою діяльністю. *Бізнес Інформ*. 2025. №1.

2. Воскобоєва О.В., Ромащенко О.С., Гуріненко Д.А., Манукян К.А. (2025). Маркетинговий аудит як інструмент контролю маркетингової діяльності підприємств малого бізнесу. *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки"*. №1. URL: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/17372880805503.pdf>

3. Ромащенко О. С., Сливинська Е. Ю. (2021). Формування товарних запасів на підприємстві. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2021. № 3. С. 29-34. URL: <https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2678/2571>

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:	
Робота на заняттях, у т.ч.	
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
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: екзамен	Екзамен проходить у письмовій формі. Максимальна оцінка - 40 балів

ПІДСУМКОВА ОЦІНКА ЗА ДИСЦИПЛІНУ

бали	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка /зачис 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 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 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)
75-81	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 (С)
67-74	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений силабусом дисципліни, та розуміє постановку 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 відсутня.	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 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 представляється