

СИЛАБУС КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

«УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖЕМ»

Лектор курсу		Дарчук Вероніка Геннадіївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу		Контактна інформація лектора (e-mail), посилання в GWE		e-mail: v.darchuk@duikt.edu.ua Посилання в GWE – https://meet.google.com/qnn-vxaa-snf	
Галузь знань		07 <i>Управління та адміністрування</i>		Рівень вищої освіти		бакалавр	
Спеціальність		075 Маркетинг		Семестр		7	
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
	3	90	18	-	30	-	42
АНОТАЦІЯ КУРСУ							
Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі							
Освітні компоненти, які передують вивченню				Маркетингові дослідження, Digital-маркетинг, Електронний бізнес, Поведінка споживачів, Брендінг, Маркетинг у соціальних мережах (SMM-маркетинг), Маркетингова товарна політика			
Освітні компоненти для яких є базовою				Реклама та рекламна діяльність, Маркетингова цінова політика			
Мета курсу:		формувати та розвивати у студентів цілісної системи знань щодо управління системою продажів підприємства, а також набуття практичних навичок застосування інструментарію та технік продажів, які забезпечать максимізацію прибутку підприємства.					
Компетентності відповідно до освітньої програми							
Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)				Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетенції (ПП)			
ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.				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 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності			
ЗК 7. Здатність застосовувати професійні знання у практичних ситуаціях, уміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, приймати обґрунтовані рішення.				ПП 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів			
ЗК 8. Здатність до проведення досліджень, пошуку, оброблення та аналізу інформації на достатньо високому рівні.				ПП 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності			
				ПП 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.			
				ПП 12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу			
				ПП 14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.			
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 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.							
ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.							

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Розділ 1. Система управління продажами

Тема, опис теми, оцінювання за тему	Вид заняття	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
<p>Тема 1. Сутність та принципи системи управління продажем підприємства. Знати: основні принципи побудови системи продажів підприємства; еволюцію розвитку системи продажів підприємства; Вміти: визначати напрямки продажів, проводити розрахунок клієнтської цінності, будувати канву цінностей. Формування компетенцій: ЗК 3, ЗК 6, ПП 4, ПП 7 Результати навчання: ПРН 2, ПРН 3 Рекомендовані джерела: 1-5, 8, 12</p> <p>Оцінювання за тему = 20 балів</p>	Лекція 1 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 1 2 год.	Усне опитування. Практичне робота: Зв'язок маркетингової діяльності та управління продажем підприємства. Проектне завдання «Push та Pull маркетинг».
	Практичне заняття 2 2 год.	Усне опитування, тестування. Захист презентацій: «Еволюція систем продажів». Практична робота: «Організація системи продажів».
	Лекція 2 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 3 2 год.	Усне опитування, тестування, тематична дискусія. Виконання практичних завдань щодо принципів управління продажами підприємства. Практична робота «Канва цінностей».
	Самостійна робота 8 год.	Тематика презентацій: 1. Основні етапи продажів та практичні дії підприємства на кожному з етапів. 2. Визначення клієнтської цінності, її формула та побудова канви цінностей. 3. Напрямки продажів, види та ринки. 4. Процес продажів та його суб'єкти.
<p>Тема 2. Система та мотиви прийняття рішення споживачів щодо купівлі. Знати: Основні етапи та критерії прийняття рішення щодо покупки споживачем. Вміти: управляти відносинами зі споживачем та впливати на рішення споживача щодо купівлі. Формування компетенцій: ЗК 6, ЗК 7, ПП 7, ПП 8 Результати навчання: ПРН 3, ПРН 5 Рекомендовані джерела: 1-5, 13, 14</p> <p>Оцінювання за тему = 15 балів</p>	Лекція 3 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 4 2 год.	Усне опитування, тестування, тематична дискусія. Виконання практичних завдань щодо управління відносинами зі споживачем. Практична робота «Воронка прийняття рішень».
	Лекція 4 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів.
	Практичне заняття 5 2 год.	Усне опитування, тестування, тематична дискусія. Виконання практичних завдань на визначення рівня задоволення споживача; управління лояльністю покупця. Продажі новим та існуючим клієнтам. Структура клієнтів, особливості продажів різним поколінням споживачів.
	Самостійна робота 6 год.	Тематика презентацій: 1. «Невидимі» бар'єри продажів. 2. Організація системи зворотнього зв'язку з клієнтами. 3. Продажі новим та існуючим клієнтам. 4. Структура клієнтів, особливості продажів різним поколінням споживачів.
<p>Тема 3. Методика визначення цільового клієнта підприємства Знати: методики визначення цільових та фокусних клієнтів; стратегії збільшення продажів «від потенційних споживачів»; Вміти: проводити сегментацію споживачів підприємства; застосовувати моделі RFM напрямків продажів та Sherrington 5W.</p>	Лекція 5 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів.
	Практичне заняття 6 2 год.	Усне опитування, тестування, тематична дискусія. Практична робота: «Портрет ідеального споживача». Кейс: «Визначення цільових та фокусних клієнтів». Ідеальна цільова аудиторія та інструменти її визначення.

<p>Формування компетенцій: ЗК 3, ЗК 8, ПП 8, ПП 11 Результати навчання: ПРН 2, ПРН 5 Рекомендовані джерела: 3, 8, 9, 13</p> <p>Оцінювання за тему = 15 балів</p>	<p>Практичне заняття 7 2 год.</p>	<p>Усне опитування, тестування, тематична дискусія. Практична робота: Стратегія збільшення продажів «від потенційних споживачів». Кейс: «Сегментація споживачів підприємства». Розрахункова робота: «Типи клієнтів».</p>
	<p>Самостійна робота 8 год.</p>	<p>Практична робота за варіантами: 1. Застосування моделей RFM, «привабливість сегменту – сила підприємства» 2. Модель Sherrington 5W. 3. Стратегії продажів в залежності від рівня сегментації ринку. 4. Таргетування пропозиції. 5. «Точки торкання» з клієнтом.</p>
<p>Розділ 2 «Сучасні техніки продажів в оперативному управлінні продажами»</p>		
<p>Тема 4. Розробка стратегії продажів та побудова каналів збуту підприємства. Конструювання воронки продажів. Знати: види стратегій та процес розробки стратегій продажів; особливості оптових, роздрібних та Інтернет-продажів. Вміти: конструювати канали розподілу; проволдити розрахунок ефективності каналів збуту. Формування компетенцій: ЗК 7, ПП 6, ПП 8, ПП 12 Результати навчання: ПРН 3, ПРН 9 Рекомендовані джерела: 2, 4, 11, 12, 14</p> <p>Оцінювання за тему = 15 балів</p>	<p>Лекція 6 2 год.</p>	<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів.</p>
	<p>Практичне заняття 8 2 год.</p>	<p>Усне опитування, тестування, тематична дискусія. Практична робота: «Побудова воронки продажів та визначення ефективності кожного її етапу». Кейс: «Регламент структур продажів підприємства».</p>
	<p>Практичне заняття 9 2 год.</p>	<p>Усне опитування, тестування, тематична дискусія. Практична робота: «Прямі та непрямі продажі» Кейс: «Особливості оптових, роздрібних та Інтернет-продажів». Розрахункова робота: «Інтенсивність дистрибуції».</p>
	<p>Самостійна робота 6 год.</p>	<p>Тематика презентацій: 1. Стратегії росту, наступу та оборони. 2. Конкурентні стратегії. 3. Конфлікти в каналах збуту. 4. Регламент структур продажів підприємства.</p>
<p>Тема 5. Застосування сучасних технік продажів в оперативному управлінні продажами. Знати: основні правила успішних продажів; методи SNAP та SPIN продажів; метод 3-х продажів, слова-магніти та «фігури» мови. Вміти: використовувати методи підвищення чеку продажів; застосовувати інструменти та техніки продажів. Формування компетенцій: ЗК 7, ПП 7, ПП 14 Результати навчання: ПРН 5, ПРН 9 Рекомендовані джерела: 1-4, 6, 7, 14</p> <p>Оцінювання за тему = 20 балів</p>	<p>Лекція 7 2 год.</p>	<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів.</p>
	<p>Практичне заняття 10 2 год.</p>	<p>Усне опитування, тестування, тематична дискусія. Практична робота: «Основні правила успішних продажів». Кейс: «Методи SNAP та SPIN продажів».</p>
	<p>Практичне заняття 11 2 год.</p>	<p>Усне опитування, тестування, тематична дискусія. Практична робота: «Скріпти в продажах». Кейс: «Боротьба з основними запереченнями клієнтів».</p>
	<p>Лекція 8 2 год.</p>	<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів.</p>
	<p>Практичне заняття 12 2 год.</p>	<p>Усне опитування, тематична дискусія. Практична робота: «Психологічні переконання за Робертом Чалдіні». Кейс: «Переговори по ціні».</p>
	<p>Практичне заняття 13 2 год.</p>	<p>Усне опитування, тестування, тематична дискусія. Практична робота: «Страхи клієнтів і методи боротьби з ними. Кейс: «Використання методів підвищення чеку продажів».</p>
	<p>Самостійна робота 8 год.</p>	<p>Практична робота за варіантами: 1. Методи SNAP та SPIN продажів. 2. Психологічні переконання за Робертом Чалдіні 3. Скріпти в продажах.</p>

		4. Метод 3-х продажів, слова-магніти та «фігури» мови.
Тема 6. Аналітика ефективності та контроль системи продажів підприємства. Знати: основні методики та метрики оцінювання ефективності продажів у багатовекторних розрізах. Вміти: визначати активність клієнтської бази (АКБ) та проводити аналітику її даних, як базис для прийняття управлінських рішень щодо ефективності продажів підрозділів. Формування компетенцій: ЗК 8, ПП 11, ПП 12, ПП 14 Результати навчання: ПРН 3, ПРН 5, ПРН 9 Рекомендовані джерела: 3, 6, 10, 12, 14 Оцінювання за тему = 15 балів	Лекція 9 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів.
	Практичне заняття 14 2 год.	Усне опитування, тестування, тематична дискусія. Практична робота: «Застосування методів рейтингування клієнтів». Кейси: «Аналітика клієнтської бази», «Організація системи контролю продажів», «Застосування інструменту контролю «фото дня».
	Практичне заняття 15 2 год.	Усне опитування, тематична дискусія. Розрахункова робота: «Оцінка результативності продажів за показником «нових та втрачених клієнтів».
	Самостійна робота 6 год.	Тематика презентацій: 1. Метрики оцінювання ефективності продажів у багатовекторних розрізах. 2. «Сенсус» території та метрики ефективності територіальних продаж. 3. Методи та види контролю ефективного відділу продажів. 4. Періодичність, принципи та теми нарад у продажах.

МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Мультимедійний проєктор, 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

- Кеннеді Д. Жорсткі продажі. Примусьте людей купувати за будь-яких обставин: Пер. з англ.К.: Видавництво «Наш Формат», 2019, 452 с.
- Смерічевський С. Ф., Петропавловська С. Є., Радченко О. А. Бренд-менеджмент: навч. посібник. Київ: НАУ, 2019. 156 с. https://www.duikt.edu.ua/uploads/1_70_97983877.pdf
- Безтелесна Л.І. Управління продажами: навч. посібник. Рівне: НУВГП, 2023. 108 с. https://ep3.nuwm.edu.ua/26168/1/УПРАВЛІННЯ%20ПРОДАЖАМИ_випр_%20з%20врах.зауважень%20%281%29.pdf
- Яннаріно Е. Інструкція ефективного продавця. Київ: Видавництво «Наш формат», 2020. 192 с.
- Марченко О.М. Бренд-менеджмент у сучасному бізнесі: навчальний посібник. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2023. 268 с. <https://dspace.lvduvs.edu.ua/bitstream/1234567890/6178/1/Марченко%20О.М.%20-макет.pdf>
- Левків Я. Г., Подра О. П., Леськів Г. З., Гинда С. М. Управління маркетинговою діяльністю: ситуаційні вправи : навч. посібник. Львів : ЛьвДУВС, 2019,190 с.
- Рейтинг брендів 2023: найдорожчі бренди світу. URL: <https://inventure.com.ua/uk/tools/database/rejting-brandiv-2023:-najdorozhch>
- Дарчук В.Г. Аналіз та планування маркетингової діяльності. Навчальний посібник. – Київ: ДУТ, 2019, 146 с. <https://bit.ly/3nAjb2o>
- Виноградова О.В., Дарчук В.Г., Снітко А.С. Управління брендом інноваційного продукту телекомунікаційного підприємства. Наукові записки Державного університету телекомунікацій. № 1 .2021. С.5-11. <http://journals.dut.edu.ua/index.php/sciencenotes/article/view/2622>
- Виноградова О.В., Дрокіна Н.І. Дарчук В.Г. Можливості месенджер-маркетингу для просування товарів та послуг в інтернеті. Економіка. Менеджмент. Бізнес. № 1(30), 2020. Режим доступу: <http://bit.ly/2Wir5n5>
- Дарчук В.Г., Литвинова О. В., Одношов В.Ю. Основні дефініції розвитку стратегії просування. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2021. №1
- Vynogradova O., Darchuk V., Timchenko L.P. The main components of designing a brand of goods for children. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2022. № 3.
- Дарчук В.Г., Снітко А.С., Єфанов О.О. Особливості формування споживчої лояльності у сфері торгівлі. Маркетинг майбутнього: виклики та реалії : Матеріали V Міжнародно-науково-практичної Інтернет-конференції (м. Київ, 9 червня 2023 року) / Навчально-науковий інститут менеджменту та підприємництва ДУТ. Київ, 2023. С. 35-37
- Дарчук В.Г., Литвинова О.В., Кондюба Я.С.. Технології в сучасній системі управління персоналом. Маркетинг майбутнього: виклики та реалії: Матеріали IV Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції (м. Київ, 10 червня 2022 року) ДУТ. Київ, 2022. 137 с.
- Дарчук В.Г. Методичні рекомендації до вивчення навчальної дисципліни «Управління продажем». ДУІКТ. 2024.

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:

Робота на заняттях, у т.ч.

участь у експрес-опитуванні	за кожную правильну відповідь - 0,25 бали
доповідь з презентацією за тематикою самостійної роботи	за кожную презентацію (реферат) максимум - 8 балів (оцінка залежить від повноти розкриття теми, якості інформації, самостійності та креативності матеріалу, якості презентації і доповіді)
усне опитування, рішення практичних задач	за кожную правильну відповідь – 2,0 бали
участь у обговоренні ситуаційного завдання	за кожную правильну відповідь – 1,0 бали
участь у діловій грі, навчальній дискусії	за кожную участь - 0,5 бали

Додаткова оцінка за видами діяльності за тематикою дисципліни

<i>Участь у вебінарах, тренінгах</i>	за кожні 0,1 кредити (3 год.) участі з отриманням сертифікату - 3 бали		
<i>Тези доповіді за участю у конференції</i>	за кожні тези, які опубліковані - 3 бали		
<i>Стаття у виданні в Україні</i>	за кожну статтю, яка опублікована - 5 балів		
<i>Стаття у іноземному виданні</i>	за кожну статтю, яка опублікована - 8 балів		
ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ: диференційований залік	Згідно критеріїв оцінювання		
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 вкочатись 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 вивчається.	Відмінно / Зараховано (A)
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 відсутня.	Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни	Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не зараховано (FX) <i>В залікову книжку не проставляється</i>
0-34	Студент повністю не виконав вимог силабусу навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Студент не допущений до здачі заліку	Незадовільний Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням / Не допущений (F) <i>В залікову книжку не проставляється</i>