

СИЛАБУС КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «ПЕРЕДДИПЛОМНА ПРАКТИКА»

| | | | | | | | |
|---|--|--|-------------------|--|-------------------|--|-----------------------|
| 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://classroom.google.com/c/ODQzNDQwMTE4Njcy?cjc=pj5v4a | |
| 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 ОПП | |
| Обсяг: | Кредитів ECTS | Годин | За видами занять: | | | | |
| | 6 | 180 | Лекцій | Семінарських занять | Практичних занять | Лабораторних занять | Самостійна підготовка |
| | | | - | - | - | - | 180 |
| АНОТАЦІЯ КУРСУ | | | | | | | |
| Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі | | | | | | | |
| Освітні компоненти, які передують вивченню | | Управління продажами, засади відкриття власного бізнесу, електронні закупівлі, управління персоналом, маркетингові чинники результативності бізнесу, міжнародний маркетинг, маркетингова цінова політика, реклама та рекламна діяльність | | | | | |
| Освітні компоненти для яких є базовою | | Кваліфікаційна робота | | | | | |
| Мета курсу: | Закріплення та поглиблення теоретичних знань, отриманих у процесі навчання, формування та розвиток професійних компетентностей, необхідних для виконання типових завдань у сфері маркетингу. | | | | | | |
| Компетентності відповідно до освітньої програми | | | | | | | |
| Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК) | | | | Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетентності (ПП) | | | |
| <p>ЗК 1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК 2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК 4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями, генерувати нові ідеї.</p> <p>ЗК 5. 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>ПП 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу</p> <p>ПП 2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу</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 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>ПП 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній</p> | | | |

| | |
|--|---|
| <p>ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій, пакетів прикладних програм, економікоматематичних методів та моделей.</p> <p>ЗК 10. Здатність професійно спілкуватися державною та іноземною мовами як усно, так і письмово.</p> <p>ЗК 11. Здатність працювати в команді та автономно, навички міжособистісної взаємодії.</p> <p>ЗК 12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК 13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК 14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> | <p>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 кросфункціональному розрізі</p> <p>ПП14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p> <p>ПП15. Здатність організовувати роботу з використанням CRM-систем, формувати ефективні логістичні схеми</p> <p>ПП16. Здатність застосовувати Інтернет технології та можливості сучасних інформаційно-комунікаційних засобів в процесі маркетингової діяльності</p> |
|--|---|

Програмні результати навчання (ПРН)

- ПРН 1.** Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
- 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 5.** Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
- 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 7.** Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
- ПРН 8.** Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
- 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.
- ПРН 12.** Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
- ПРН 13.** Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
- ПРН 14.** Виконувати функціональні обов'язки в групі під керівництвом лідера, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
- ПРН 15.** Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості
- ПРН 16.** Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетинголога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
- ПРН 17.** Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної

термінології.

ПРН 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

ПРН 19. Організувати роботу з використанням CRM-систем, формувати ефективні логістичні схеми.

ПРН 20. Здатність застосовувати Інтернет технології та можливості сучасних інформаційно-комунікаційних засобів в процесі маркетингової діяльності

ОРГАНІЗАЦІЯ ПРАКТИКИ

| Етапи проходження практики | Вид заняття | Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи |
|--|---------------------------------|--|
| Вступ до переддипломної практики Завдання 1. Організація проведення практики Знати: основні навчально-методичні документи по організації практики, роль, значення і місце переддипломної практики в забезпеченні майбутніх фахівців практичними вміннями і навичками. Вміти: відбирати і працювати з документами Формування компетенцій: ЗК1-3, ЗК10, ПП 1-ПП4 Результати навчання: ПРН 1- ПРН 6.. Рекомендовані джерела: 1-4 | Самостійна робота 2 год. | Пояснювально - ілюстративний |
| Ознайомчий етап Завдання 2. Аналіз ключових напрямів діяльності підприємства Знати: зміст документів, основні показники і метрики оцінки ефективності роботи підприємства Вміти: аналізувати структуру підприємства, виявляти основні напрями діяльності та оцінювати діючу стратегію, робити висновки. Формування компетенцій: ЗК1-3, ЗК6-ЗК8, ЗК10-ЗК14, ПП 1-ПП4, ПП7, ПП12 Результати навчання: ПРН 1- ПРН 6.. Рекомендовані джерела: 5-19 | Самостійна робота 30 год. | Пошуковий метод. Навчальні питання 1. Аналіз структури підприємства та маркетингового відділу. 2. Вивчення основних напрямків діяльності та маркетингових стратегій компанії. . |
| Аналітичний етап Завдання 3. Аналіз ринкової позиції підприємства Знати: ключові показники оцінки ефективності маркетингових стратегій. Вміти: аналізувати ринкову інформацію, методику проведення SWOT-аналізу підприємства та його ринкових позицій, аналізувати ефективність діючої стратегії підприємства. Формування компетенцій: ЗК 3- ЗК8, ЗК11, ЗК 14, ПП 1- ПП 5. Результати навчання: ПРН 12- ПРН 20. Рекомендовані джерела: 5-19 | Самостійна робота 30 год. | Пошуковий метод. Навчальні питання 1. Збір та аналіз ринкової інформації для дослідження конкурентного середовища. 2. Проведення SWOT-аналізу підприємства та оцінка його ринкових позицій. 3. Аналіз ефективності маркетингових стратегій та кампаній. |
| Практичний етап: Завдання 4. Дослідження маркетингової діяльності підприємства. Знати: основні категорії маркетингової діяльності, методи і методики її дослідження. Вміти: використовувати методи і методики дослідження маркетингової діяльності конкретного підприємства за допомогою сучасних програмних продуктів. Формування компетенцій: ЗК 3- ЗК14, ПП 6- ПП 11, ПП 13- ПП 16 | Самостійна робота 30 год. | Пошуковий метод. Навчальні питання 1. Планування та проведення опитувань, фокус-груп та глибинних інтерв'ю. 2. Обробка результатів досліджень за допомогою сучасних програмних продуктів (SPSS, Excel, CRM-системи). 3. Формулювання цілей маркетингових стратегій та розробка |

| | | |
|---|--|---|
| <p>Результати навчання: ПРН 7, ПРН 10, ПРН12-ПРН20. Рекомендовані джерела: 5-19</p> | | <p>планів їх реалізації. 4. Підготовка комплексних маркетингових програм та оцінка їх ефективності. 5. Розрахунок ціни на товари та послуги з урахуванням ринкових умов. 6. Розробка стратегій просування товарів та послуг у різних каналах комунікації. 7. Робота з інструментами цифрового маркетингу (SEO, SMM, Google Analytics). 8. Створення та управління контентом у соціальних мережах та на вебресурсах. 9. Розробка бізнес-планів та маркетингових проєктів. 10. Оцінка економічної ефективності реалізації маркетингових заходів.</p> |
| <p>Підсумковий етап Завдання 5. Висновки та пропозиції по результатам роботи.. Знати: інструменти цифрового маркетингу Вміти: використовувати цифрові технології та інструменти для оформлення і презентації роботи Формування компетенцій: ЗК9, ЗК10- ЗК14, ПП 12, ПП 15, ПП 16. Результати навчання: ПРН 7- ПРН 9, ПРН 12-ПРН20. Рекомендовані джерела: 5-19</p> | <p>Самостійна робота 30 год.</p> | <p>Пошуковий метод. Навчальні питання 1. Цифрові технології та інструменти використовуються для управління маркетинговими кампаніями. 2. Підготовка звіту за результатами проходження практики. 3. Презентація результатів роботи та висновків</p> |
| <p>Індивідуальне завдання</p> | <p>Самостійна робота 58 год.</p> | <p>SWOT-аналіз підприємства. Аналіз конкурентної позиції підприємства. PESTEL-аналіз для оцінки конкурентного середовища. Маркетингові дослідження Розробка маркетингових стратегій Ціноутворення та просування Використання цифрових технологій у маркетингу Планування та оцінка ефективності проєктів</p> |
| МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ | | |
| <p>Вивчення курсу не потребує використання спеціального матеріально-технічного та програмного забезпечення. Додаткове забезпечення матеріально-технічним обладнанням виконується на базах практик підприємствами партнерами.</p> | | |
| ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ | | |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Положення про проведення практики студентів вищих навчальних закладів України: Наказ Міністерства освіти України від 8 квітня 1993 р. № 93. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0035-93#top 2. Положення про організацію освітнього процесу у Державному університеті інформаційно-комунікаційних технологій. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_49109699.pdf 3. Положення про проведення практик здобувачів вищої освіти Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_23214805.pdf 4. Амонс С. Е., Красняк О. П. Маркетингові дослідження ринку і його структурних елементів: теоретичний аспект. <i>Ефективна економіка</i>. 2020. № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7926 | | |

5. Буднікевич І.М., Черданцева І.Г., Клічук Б.Р. Специфіка організації маркетингових досліджень у системі маркетингового менеджменту роздрібних торговельних мереж. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки»*. Вип. 61. Черкаси: ЧДТУ, 2021. URL: <http://ven.chdtu.edu.ua/article/view/236842>
6. 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
7. Гусєва О.Ю., Воскобоева О.В., Ромащенко О.С. Планування діяльності підприємства: навчальний посібник. Київ: Державний університет телекомунікацій, 2020. 135с. URL: <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/96/view/2154>
8. Гусєва О.Ю., Ромащенко О.С., Воскобоева О. В., Голобородько А.Ю., Хлевицька Т. Б. Економіка підприємства: навч. посібник, Київ: ДУТ, 2020. 271 с. URL: <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/96/view/2169>
9. Економіка підприємництва : підручник / за ред. проф. Л. В. Фролової. Одеса : Бондаренко М. О., 2020. 708 с.
10. Збарський В. К., Талавиря М. П., А. Д. Остапчук. Маркетингові дослідження: навчально-науковий посібник. Київ: ЦП «КОМПРИНТ», 2023. 574 с. URL: <https://dglib.nubip.edu.ua/handle/123456789/10317>
11. Зозульов О.В., Царьова Т.О., Гавриш Ю.О. Фундаментальний маркетинг: навчально-методичний комплекс: навч. посіб. для студентів спеціальності 075 «Маркетинг». Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 362 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_97_36611293.pdf
12. Зоріна О.І., Нескуба Т. В., Мкртчян О. М. Маркетингово-економічний аналіз: конспект лекцій. 2021. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_255_40997762.pdf
13. Квятко Т.М., Мандич О.В., Сєвідова І.О., Бабко Н.М., Романюк І.А., Вітковський Ю.П., Микитась А.В. Маркетингові дослідження: навч. посібник. Харків: ХНТУСГ, 2020. 163 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_213_97894818.pdf
14. Маркетинг : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин та ін.; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_98_33013295.pdf
15. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. «Маркетинг: теорія і практика»: підруч. Луцьк: Волиньполіграф, 2022. 408 с. URL: <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2277/view/99>
16. Палига Є. М., Гіряк О. М., Лазановський П. П. Маркетинг: підруч. Львів : Українська академія друкарства, 2020. 352 с. URL: <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2277/view/19>
17. Савченко С.О., Сукач О.М. Маркетинг: навчально-практичний посібник. Черкаси: Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова, 2024. 151с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_160_36762975.pdf
18. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг: навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_2_16233860.pdf
19. Софієнко А.В., Шукліна В.В., Набока Р.М. Теоретичний маркетинг: Навчальний посібник. 2-е вид., переробл. і допов. Херсон: Книжкове видавництво ФОП Вишемирський, 2021. 494 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_22_64247157.pdf

ПОЛІТИКА КУРСУ («ПРАВИЛА ГРИ»)

- Під час проходження практики здобувачі вищої освіти зобов'язані дотримуватися правил техніки безпеки та охорони праці та правил внутрішнього трудового розпорядку, встановлених на підприємстві, де вони проходять практику.
- Здобувачі вищої освіти мають відповідально та своєчасно виконувати всі завдання, які їм доручає керівник практики від підприємства та, у разі виникнення труднощів, звертатися за допомогою та консультацією до керівника.
- Здобувачі вищої освіти повинні проявляти повагу до всіх працівників підприємства, незалежно від їх посади та стажу роботи, дотримуватися норм етикету та ділового спілкування.
- У випадку, якщо здобувачі вищої освіти отримали доступ до конфіденційної інформації під час проходження практики, вони зобов'язані зберігати цю інформацію в таємниці та не розголошувати її без дозволу керівництва підприємства.
- Здобувачі вищої освіти несуть відповідальність за свої дії та завдану шкоду, якщо вона сталася з їхньої вини.
- Заохочується прояв ініціативи та самостійності у виконанні завдань

КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Умовою допуску до захисту практики є виконання всіх індивідуальних завдань, які передбачені програмою, та належним чином оформленого звіту і щоденнику практики. Оцінка комісії є остаточною. У випадку отримання студентом 0 балів (неприйнятно) тягне відрахування за невиконання навчального плану. Оцінювання студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою і складається із врахуванням оцінок керівника практики від бази практики, керівника практики від університету, захисту звіту про практику та оформлення звіту і щоденника практики.

ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ: диференційований залік

Згідно критеріїв оцінювання

ПІДСУМКОВА ОЦІНКА

| бали | Критерії оцінювання | Рівень компетентності | Оцінка /зачис в екзаменаційній відомості |
|--------|--|--|---|
| 90-100 | Здобувач демонструє набуття знань, умінь та професійних навичок, які є елементом професійних компетентностей в обсязі, що відповідає програмі та силабусу практики. Зміст і оформлення звіту та щоденника бездоганні. Характеристика здобувача позитивна. Під час звіту надав повні і точні відповіді на всі запитання з програми практики.. | Високий Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в програмі та силабусі практики., Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при проходженні практики, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань. | Відмінно / Зараховано (А) |
| 82-89 | Здобувач демонструє набуття знань, умінь та професійних навичок, які є елементом професійних компетентностей в обсязі, що відповідає програмі та силабусу практики. Зміст і оформлення звіту та щоденника на достатньо високому рівні. Характеристика здобувача позитивна. Під час звіту допускає окремі неточності, хоча загалом має тверді знання. | Достатній Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач набуття професійних навичок, які є елементом професійних компетентностей в умовах, що викладені в програмі та силабусі практики. | Добре / Зараховано (В) |
| 75-81 | Здобувач демонструє набуття певних знань, умінь та професійних навичок, які є елементом професійних компетентностей в обсязі, що, в цілому, відповідає програмі та силабусу практики. Найвні два-три суттєві зауваження щодо змісту і оформлення звіту і щоденника, які не знижують в загальному значення роботи.. Характеристика здобувача позитивна. Під час звіту допускає окремі неточності, хоча загалом має тверді знання. | Достатній Конкретний рівень професійних навичок, які є елементом професійних компетентностей в межах програми та силабусу практики. Додаткові питання про можливість практичного використання набутих навичок викликають утруднення. | Добре / Зараховано (С) |
| 67-74 | Здобувач демонструє неповне опанування програмного матеріалу, що задовольняє мінімальні критерії оцінювання. Недбале оформлення звіту і щоденника. Більшість питань програми практики у звіті висвітлена, однак мають місце окремі розрахункові і логічні похибки. Характеристика здобувача в цілому позитивна. Під час звіту дає в цілому правильні відповіді з декількома суттєвими помилками | Середній Забезпечує неповний рівень відтворення основних професійних навичок, які є елементом професійних компетентностей в межах програми та силабусу практики, має труднощі застосуванням теоретичних знань на практиці | Задовільно / Зараховано (D) |
| 60-66 | Здобувач демонструє неповне опанування програмного матеріалу, що задовольняє мінімальні критерії оцінювання. Недбале оформлення звіту і щоденника. Більшість питань програми практики у звіті висвітлена, однак мають місце окремі розрахункові і логічні похибки. Характеристика здобувача в цілому позитивна. Під час звіту відчуває себе невпевнено, допускає помилки, не має твердих знань | Середній Є мінімально допустимим у всіх складових програми та силабусу практики | Задовільно / Зараховано (E) |
| 35-59 | Здобувач демонструє безсистемність одержаних знань і неможливість продовжити навчання без додаткового проходження практики. Характеристика здобувача щодо ставлення до практики і трудової дисципліни – негативна. У звіті не висвітлені всі розділи програми практики або звіт підготовлений несамотійно. Під час звіту не дає задовільних відповідей | Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при проходженні практики | Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не зараховано (FX) В залікову книжку не представляється |
| 0-34 | Здобувач не виконав програму практики. Необхідна серйозна подальша робота і повторне проходження практики. Характеристика здобувача щодо ставлення до практики і трудової дисципліни – негативна. | Незадовільний Не підготовлений до самостійного вирішення задач в межах програми та силабусу практики. | Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням / Не допущений (F) В залікову книжку не представляється |