

СИЛАБУС КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГОВІ ЧИННИКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ БІЗНЕСУ»

Лектор курсу			Воскобоева Олена Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу		Контактна інформація лектора (e-mail), посилання в GWE		e-mail: o.voskoboeva@duikt.edu.ua Посилання в GWE - https://classroom.google.com/c/NzEwMzcwMDk1NDE1	
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	
	5	150	36	-	36	-	78	
АНОТАЦІЯ КУРСУ								
Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі								
Освітні компоненти, які передують вивченню			Економіка підприємства, Основи статистики і прогнозування економічних процесів, Маркетингова бізнес-аналітика, Маркетингові дослідження, Digital-маркетинг, Соціально-відповідальний маркетинг, Логістика, Маркетингові комунікації, Поведінка споживачів, Маркетинг у соціальних мережах (SMM-маркетинг), CRM – системи в маркетингу					
Освітні компоненти для яких є базовою			Маркетингова цінова політика, Реклама та рекламна діяльність, Кваліфікаційна робота					
Мета курсу:			формування системи теоретичних знань і практичних навичок щодо використання методичного, організаційного, статистичного забезпечення маркетингового дослідження та прогнозування ринкової кон'юнктури для визначення стану та тенденцій розвитку окремого ринку, розроблення та реалізації маркетингових заходів щодо підвищення результативності бізнесу.					
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 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі				
ЗК 4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями, генерувати нові ідеї.				ПП 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими				
ЗК5. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість, мотивувати людей та рухатися до спільної мети, бути наполегливим у досягненні поставлених завдань і взятих обов'язків.				ПП 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу				
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				
ЗК 9. Навички використання інформаційних і				ПП 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності				
				ПП10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності				
				ПП11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.				
				ПП12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу				
				ПП13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового				

комунікаційних технологій, пакетів прикладних програм, економіко-математичних методів та моделей.	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 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.	

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ		
Тема, опис теми, оцінювання за тему	Вид заняття	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
Розділ 1 «МАРКЕТИНГ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЮ БІЗНЕСУ В КОМПАНІЇ»		
Тема 1. Роль маркетингу у забезпеченні результативності бізнесу компанії <u>Знати:</u> поняття «результативність» та ефективність», підходи до управління результативністю бізнесу, ключові маркетингові чинники результативності бізнесу. <u>Вміти:</u> використовувати методи оцінки результативності бізнесу; проводити оцінку на стратегічному, тактичному і оперативному рівні <u>Формування компетенцій:</u> ЗК 3- ЗК 6, ПП 3- ПП 7 <u>Результати навчання:</u> ПРН 3-6 <u>Рекомендовані джерела:</u> 1-7 Оцінювання за тему = 6 балів	Лекція 1 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 1 2 год.	Усне опитування, обговорення ситуаційного завдання Навчальна дискусія «Розвиток від традиційного маркетингу до сучасних підходів».
	Лекція 2 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 2 2 год.	Усне опитування, тестування, обговорення ситуаційного завдання Навчальна дискусія «Концепція маркетингу з урахуванням соціальної відповідальності.».
	Самостійна робота 10 год	Розробити презентацію на одну з обраних тем (10-12 слайдів): Маркетингова система взаємодії. Інтегрований маркетинг як система, що має цілі підпорядкування. Типи організаційних структур відділу маркетингу. Управління маркетинговою роботою. Організація роботи відділу маркетингу на телекомунікаційному підприємстві та основні задачі.
Тема 2. Принципи побудови системи показників результативності бізнесу <u>Знати:</u> принципи побудови системи показників та їх види, ключові показники маркетингової діяльності, види і цілі показників, поняття системи показників. <u>Вміти:</u> проводити діагностику системи показників результативності бізнесу в компанії	Лекція 3 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 3 2 год.	Усне опитування, обговорення ситуаційного завдання Навчальна дискусія «Маркетингова можливість як найпривабливіший напрям зосередження маркетингових зусиль компанії».
	Лекція 4 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів

<p>Формування компетенцій: ЗК 3- ЗК 6, ПП 3- ПП 7 Результати навчання: ПРН 3-6 Рекомендовані джерела: 1-7</p> <p>Оцінювання за тему = 8 балів</p>	<p>Практичне заняття 4 2 год.</p>	<p>Усне опитування, тестування, обговорення ситуаційного завдання Навчальна дискусія «Маркетингова інформація та маркетингове середовище».</p>
	<p>Самостійна робота 10 год</p>	<p>Розробити презентацію на одну з обраних тем (10-12 слайдів): Принципи формування системи показників результативності діяльності компанії. Комплекс маркетингових показників Уортоновської школи бізнесу. Соціальний маркетинг: переваги та недоліки. Маркетингова система взаємодії. Інтегрований маркетинг як система, що має цілі підпорядкування.</p>
<p>Тема 3. Система збалансованих показників в маркетингу і збуті Знати: основний принцип BSC, ключові показники клієнтської групи, складові внутрішніх бізнес процесів компанії. Вміти: визначати ключові показники: персонал – можливості працівника; можливості інформаційних систем; мотивація і ефективність працівника Формування компетенцій: ЗК 7- ЗК 9, ПП 8- ПП 11 Результати навчання: ПРН 5-8 Рекомендовані джерела: 1-7</p> <p>Оцінювання за тему = 8 балів</p>	<p>Лекція 5 2 год.</p>	<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p>
	<p>Практичне заняття 5 2 год.</p>	<p>Усне опитування, обговорення ситуаційного завдання Навчальна дискусія «Збалансована система показників у системі стратегічного управлінського обліку як метод стратегічного управління».</p>
	<p>Лекція 6 2 год.</p>	<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p>
	<p>Практичне заняття 6 2 год.</p>	<p>Усне опитування, тестування, вирішення практичних завдань, обговорення ситуаційного завдання Навчальна дискусія «Система збалансованих показників як інструмент управління вартістю підприємства».</p>
	<p>Самостійна робота 10 год</p>	<p>Розробити презентацію на одну з обраних тем (10-12 слайдів): Організація управління вартістю підприємства. Особливості вартісно-орієнтованого підходу до управління. Підходи та методи оцінки вартості підприємства. Міжнародні моделі звітності про вартість підприємства. Система показників ступеня успішності інновацій підприємства.</p>
<p>Тема 4. Маркетинг і загальне управління якістю Знати: сутність поняття "управлінням якістю", основні принципи системи менеджменту якості (СМЯ), моделі і критерії світових премій якості. Вміти: застосовувати модель оцінки результативності маркетингової діяльності: ланцюжок результативності, визначати напрями управління компанією на основі процесного підходу Формування компетенцій: ЗК 7- ЗК 9, ПП 8- ПП 11, ПП 13 Результати навчання: ПРН 4-9 Рекомендовані джерела: 1-7</p> <p>Оцінювання за тему = 10 балів</p>	<p>Лекція 7 2 год.</p>	<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p>
	<p>Практичне заняття 7 2 год.</p>	<p>Усне опитування, обговорення ситуаційного завдання Навчальна дискусія «Організаційно-економічний механізм управління якістю продукції(послуг)».</p>
	<p>Лекція 8 2 год.</p>	<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p>
	<p>Практичне заняття 8 2 год.</p>	<p>Усне опитування, вирішення практичних завдань, обговорення ситуаційного завдання. Навчальна дискусія «Організація управління якістю продукції на підприємстві».</p>
	<p>Лекція 9 2 год.</p>	<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p>
	<p>Практичне заняття 9</p>	<p>Усне опитування, тестування, вирішення практичних завдань, обговорення ситуаційного завдання</p>

	2 год.	Навчальна дискусія «Система тотального управління якістю TQM та її складові».
	Самостійна робота 10 год	Розробити презентацію на одну з обраних тем (10-12 слайдів): Система управління якістю Ф.Тейлора. Значення відкриття статистичного контролю якості У. Шухартом. Внесок А. Фейгенбаума в розвиток менеджменту якості. Управління якістю в роботах Е. Демінга. Японський менеджмент якості. Тагуті та Ісикава.

Розділ 2 «ВІДНОСИНИ З КЛІЄНТАМИ ЯК ВАГОМИЙ ЧИННИК РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ БІЗНЕСУ»

<p>Тема 5. Клієнти компанії: залучення й утримання. Знати: етапи взаємодії компанії з клієнтом, показники етапів залучення клієнтів, що характеризується часткою ринка, кількістю залучених клієнтів і темпами приросту клієнтської бази. Вміти: застосовувати методи, спрямовані на підвищення рівня утримання клієнтів, проводити оцінку задоволеності клієнтів, розраховувати показники вимірювання лояльності споживачів (клієнтів). Формування компетенцій: ЗК 7- ЗК 9, ПП 8- ПП 11, ПП14 Результати навчання: ПРН 5-9 Рекомендовані джерела: 1-7</p> <p>Оцінювання за тему = 6 балів</p>	Лекція 10 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 10 2 год.	Усне опитування, обговорення ситуаційного завдання Навчальна дискусія «Інтеграція клієнтів у стратегію бізнесу а».
	Лекція 11 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 11 2 год.	Усне опитування, тестування, вирішення практичних завдань, обговорення ситуаційного завдання Навчальна дискусія «Клієнтоорієнтованість як основа бізнес-успіху».
	Самостійна робота 9 год	Розробити презентацію на одну з обраних тем (10-12 слайдів): Стратегії залучення нових клієнтів: сучасні методи та інструменти Клієнтський досвід (CX) як ключовий фактор утримання клієнтів Програми лояльності: як утримати клієнтів та підвищити їхню цінність CRM-системи у залученні та утриманні клієнтів Причини відтоку клієнтів і стратегії їхнього повернення
<p>Тема 6. Процес формування та аналізу клієнтської бази Знати: теорію цінності клієнта: цінність для клієнта і цінність від клієнта, особливості формування клієнтської бази Вміти: застосовувати методи аналізу клієнтської бази з урахуванням ступеня привабливості для компанії, описові методи аналізу клієнтської бази, прогнозовані методи аналізу клієнтської бази. Формування компетенцій: ЗК 7- ЗК 9, ПП 8- ПП 11, ПП13, ПП14 Результати навчання: ПРН 4-12 Рекомендовані джерела: 1-7</p> <p>Оцінювання за тему = 8 балів</p>	Лекція 12 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 12 2 год.	Усне опитування, обговорення ситуаційного завдання Навчальна дискусія «Алгоритм прогнозування поведінки клієнтів».
	Лекція 13 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 13 2 год.	Усне опитування, тестування, вирішення практичних завдань, обговорення ситуаційного завдання Навчальна дискусія «Ризики пов'язані з недостатнім аналізом клієнтської бази».
	Самостійна робота 10 год	Розробити презентацію на одну з обраних тем (10-12 слайдів): Етапи формування клієнтської бази: від залучення до лояльності Методи аналізу клієнтської бази: як зрозуміти свою аудиторію Автоматизація процесу управління клієнтською базою

		Сегментація клієнтів: як створювати ефективні маркетингові стратегії Ризики роботи з клієнтською базою: захист персональних даних і етичні аспекти
<p>Тема 7. Розвиток відносин з клієнтами і формування клієнтського капіталу</p> <p>Знати: особливості формування маркетингової стратегії збільшення довічної цінності клієнта</p> <p>Вміти: розраховувати показники для оцінки вартості компанії та прийнятті рішень.</p> <p>Формування компетенцій: ЗК 7- ЗК 9, ПП 8- ПП 11, ПП13, ПП14</p> <p>Результати навчання: ПРН 7-12, ПП 14</p> <p>Рекомендовані джерела: 1-7</p> <p>Оцінювання за тему = 6 балів</p>	Лекція 14 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 14 2 год.	Усне опитування, обговорення ситуаційного завдання Навчальна дискусія «Підхід до клієнтського сервісу в епоху цифрових технологій».
	Лекція 15 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 15 2 год.	Усне опитування, тестування, вирішення практичних завдань, обговорення ситуаційного завдання Навчальна дискусія «Як впливає соціальна відповідальність компанії на формування довгострокових відносин з клієнтами?».
	Самостійна робота 9 год	Розробити презентацію на одну з обраних тем (10-12 слайдів): Клієнтський капітал як стратегічний актив компанії Етапи розвитку відносин з клієнтами: від першого контакту до лояльності Стратегії утримання клієнтів: як зробити клієнта постійним Big Data і штучний інтелект у формуванні клієнтського капіталу Роль емоційного маркетингу у зміцненні відносин з клієнтами
<p>Тема 8. Вплив маркетингових рішень на результативність бізнесу</p> <p>Знати: основні етапи прийняття рішень, передумови впровадження систем управління результативністю маркетингу на підприємстві,</p> <p>Вміти: застосовувати систему вимірювань результативності бізнесу та моделі управління результативністю маркетингу</p> <p>Формування компетенцій: ЗК 7- ЗК 9, ПП 8- ПП 11, ПП13, ПП14</p> <p>Результати навчання: ПРН 7-12, ПП 14</p> <p>Рекомендовані джерела: 1-7</p> <p>Оцінювання за тему = 8 балів</p>	Лекція 16 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 16 2 год.	Усне опитування, обговорення ситуаційного завдання Навчальна дискусія «Збалансована система показників у системі стратегічного управлінського обліку як метод стратегічного управління».
	Лекція 17 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 17 2 год.	Усне опитування, тестування, вирішення практичних завдань, обговорення ситуаційного завдання Навчальна дискусія «Система збалансованих показників як інструмент управління вартістю підприємства».
	Лекція 18 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 18 2 год.	Усне опитування, обговорення ситуаційного завдання Навчальна дискусія «Збалансована система показників у системі стратегічного управлінського обліку як метод стратегічного управління».
	Самостійна робота 10 год	Розробити презентацію на одну з обраних тем (10-12 слайдів): Організація управління вартістю підприємства. Особливості вартісно-орієнтованого підходу до управління. Підходи та методи оцінки вартості підприємства. Міжнародні моделі звітності про вартість підприємства. Система показників ступеня успішності інновацій підприємства.

МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран. Комп'ютерний клас для проведення практичних занять. Програмне забезпечення: ОС Windows, MS Office, доступ до онлайн-додатків, періодичних видань та інших інтернет-джерел, до електронної бібліотеки ДУІКТ, до віртуального навчального середовища Google Workspace for Education, інформації сайту Університету.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Воскобоєва О.В., Ромащенко О.С. *Методичні рекомендації щодо вивчення навчальної дисципліни «Маркетингові чинники результативності бізнесу»*. Київ, ДУІКТ, 2025. 75 с. URL: <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2291/view/2343>
2. Воскобоєва О.В., Ромащенко О.С. *Бізнес-діагностика в маркетингу: навчальний посібник*. Київ: Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій, 2025. 164с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_2275_14853958.pdf
3. Гайденко С. М, Костюк В. О. *Бізнес-статистика: навч. посіб.* Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2023. 190 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_1305_17702452.pdf
4. Збарський В. К., Талавиря М. П.,А. Д. Остапчук. *Маркетингові дослідження: навчально-науковий посібник: за редакцією професора В. К. Збарського*. Київ: ЦП «КОМПРИНТ», 2023. 559 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_242_25939976.pdf
5. Зоріна О. І., Нескуба Т. В., Мкртчян О. М. *Маркетингово-економічний аналіз: конспект лекцій*. 2021. URL: <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2286/view/255>
6. Квятко Т.М., Мандич О.В., Севідова 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
7. Дарчук В.Г. *Аналіз та планування маркетингової діяльності. Навчальний посібник*. Київ: ДУТ, 2019. 146 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_796_67558907.pdf

Додаткова:

1. Воскобоєва О. В., Ігнатенко О. В., Сьомкіна Т. В., Недопако Н. М. (2024). Оцінка ефективності управління маркетинговою діяльністю як чинник результативності бізнесу. *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука"*. № 11. URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2057-2024-11-10493>
2. <https://www.management.com.ua/hrm/hrm370.html>

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?2

КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Поточна успішність складається з успішності за активність під час лекцій, роботу на практичних заняттях, виконання завдань під час самостійної роботи. Всі завдання оцінюються відповідно вимог щодо змістовності та встановлених строків виконання і їх здачі. Для отримання додаткових балів, студент повинен надати копію сертифіката або друкованої публікації чи письмове повідомлення видавця, про прийняття до друку публікації. Тематика публікації (вебінара, курсу) повинна відповідати змісту дисципліни, при цьому студенту зараховується додаткові бали замість балів за виконання суміжних за тематикою практичних робіт. Максимальна кількість додаткових балів, що можуть бути зараховані за дисципліну – 10 балів. Разом це є балами за поточну успішність здобувача. Максимальна кількість балів – 60 мінімальна кількість балів – 20.

Якщо студента не допущено до підсумкового контролю, як такого, що не виконав індивідуальний план, йому надається час до перескладання для виконання всіх вимог допуску. Студент має право на два перескладання. При повторному перескладанні його у студента може приймати комісія, яка створюється директором ННІМП. Оцінка комісії є остаточною. У випадку отримання студентом 0 балів (неприйнятно), що тягне відрахування за невиконання навчального плану

Форми контролю / Види навчальної роботи	Оцінювання
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ:	
<i>Робота на заняттях, у т.ч.</i>	
участь у експрес-опитуванні	за кожен правильну відповідь - 0,2 бали
доповідь з презентацією за тематикою самостійної роботи	за кожен презентацію (реферат) максимум - 2 балів (оцінка залежить від повноти розкриття теми, якості інформації, самостійності та креативності матеріалу, якості презентації і доповіді)
усне опитування, тестування	за кожен правильну відповідь – 0,2 бали
рішення практичних задач	за кожен правильну відповідь – 1,0 бали
участь у обговоренні ситуаційного завдання	за кожен правильну відповідь – 1,0 бали
участь у навчальній дискусії	за кожен участь - 0,5 бали
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 /запис в екзаменаційній відомості
90-100	Студент демонструє повні й міцні знання навчального матеріалу в обсязі, що відповідає силабусу дисципліни, правильно й обґрунтовано приймає необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях. Вміє реалізувати теоретичні положення дисципліни в практичних розрахунках, аналізувати та співставляти дані об'єктів діяльності фахівця на основі набутих з даної та суміжних дисциплін знань та умінь. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань проявив вміння самостійно	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	Відмінно / Зараховано (А)

	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	самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.	
82-89	Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає силабусу дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, дає вичерпні пояснення	Достатній Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни	Добре / Зараховано (B)
75-81	Студент в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає силабусу дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати при вирішенні типових практичних завдань, але допускає окремі неточності. Вміє пояснити основні положення виконаних завдань та дати правильні відповіді при зміні результату при заданій зміні вихідних параметрів. Помилки у відповідях/ рішеннях/ розрахунках не є системними. Знає характеристики основних положень, що мають визначальне значення при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, в межах дисципліни, що вивчається.	Достатній Конкретний рівень, за вивченим матеріалом силабусу дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	Добре / Зараховано (C)
67-74	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений силабусом дисципліни, та розуміє постанову стандартних практичних завдань, має пропозиції щодо напрямку їх вирішень. Розуміє основні положення, що є визначальними в курсі, може вирішувати подібні завдання тим, що розглядалися з викладачем, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усувати за допомогою викладача.	Середній Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни	Задовільно / Зараховано (D)
60-66	Студент має певні знання, передбачені в силабусі дисципліни, володіє основними положеннями, що вивчаються на рівні, який визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень, студент з труднощами пояснює правила вирішення практичних/розрахункових завдань дисципліни. Виконання практичних / індивідуальних / контрольних завдань значно формалізовано: є відповідність алгоритму, але відсутнє глибоке розуміння роботи та взаємозв'язків з іншими дисциплінами	Середній Є мінімально допустимим у всіх складових силабусу дисципліни	Задовільно / Зараховано (E)
35-59	Студент може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що силабус дисципліни студент виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є невірними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у студента відсутні.	Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни	Незадовільно з можливістю повторного складання / Не зараховано (FX) В залікову книжку не 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