

СИЛАБУС КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ
«МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

Лектор курсу		Петровська Світлана Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу		Контактна інформація (e-mail)		petrovska@duikt.ua	
Галузь знань		D Бізнес, адміністрування та право		Код курсу GWE		u6nrz5hv	
Спеціальність		D5 Маркетинг		Рівень вищої освіти		магістр	
Освітня програма		«Маркетинг»		Семестр		1	
Обсяг:		Кредитів ECTS		Годин		За видами занять:	
		4		120		Лекцій	
						Семінарських занять	
						Практичних занять	
						Лабораторних занять	
						Самостійна підготовка	
						-	
						72	
АНОТАЦІЯ КУРСУ							
Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі							
Освітні компоненти, які передують вивченню				Базова			
Освітні компоненти для яких є базовою				Стратегічний маркетинг (4), Переддипломна практика (15), Підготовка магістерської роботи (15)			
Мета курсу:		формування знань принципів, завдань та функцій управління маркетинговою діяльністю підприємства, навичок застосування алгоритмів, стратегій та політик організації, планування, реалізації та контролювання цих процесів.					
Компетентності відповідно до освітньої програми							
Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)				Hard-skills / Спеціальні компетентності (СК)			
ЗК 1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК 4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК 5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК 8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.				СК 2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. СК 6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК 9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу. СК 10. Здатність використовувати інформаційні і комунікаційні технології в управлінні маркетинговою діяльністю.			
Програмні результати навчання (ПРН)							
ПРН 2. Вміти адаптувати і застосувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. ПРН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними. ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів. ПРН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.							

ПРН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.

ПРН 16. Використовувати інформаційні і комунікаційні технології, застосовувати сучасні Інтернет-технології в управлінні маркетинговою діяльністю.

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми	Вид заняття	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
Розділ 1 «СУТНІСТЬ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ»		
<p>Тема 1. Розуміння маркетингового менеджменту Сутність маркетингового менеджменту. Концепції маркетингового менеджменту: виробничо-орієнтована, продуктово-орієнтована, орієнтована на збут, ринкова (маркетингова), сучасна (стратегічна). Основні завдання та функції маркетингового менеджменту. Основні етапи процесу маркетингового менеджменту: аналіз ринкових можливостей, відбір цільових ринків, позиціонування товару на ринку, розроблення маркетингової стратегії фірми, комплексу маркетингу, програм маркетингу, реалізація маркетингових програм, контроль маркетингової діяльності. Сучасні тенденції розвитку маркетингового менеджменту. <u>Знати:</u> основні теоретичні і методологічні положення концепції маркетингового управління компанією <u>Вміти:</u> застосовувати сучасні технології та методичні прийоми організації маркетингової діяльності. <u>Формування компетенцій:</u> ЗК1, ЗК4, СК2, СК9. <u>Результати навчання:</u> ПРН2, ПРН3, ПРН9. <u>Рекомендовані джерела:</u> 1–4, 7–10, 13.</p> <p>Оцінювання за тему = 10 балів</p>	Лекція 1 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 1 2 год.	Усне опитування. Кейс. Маркетинг менеджмент «Red Bull»
	Практичне заняття 2	Усне опитування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Кейс. Маркетинг менеджмент в eBay.
	Лекція 2 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 3 2 год.	Усне опитування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Кейс. Маркетинг менеджмент в Procter & Gamble.
	Самостійна робота 12 год.	1. Обґрунтувати передумови появи «маркетингового менеджменту в Україні. 2. Описати сутність поняття «маркетинговий менеджмент» та основні його характеристики на прикладах. 3. Навести приклади застосування маркетингового менеджменту відомих підприємств.
<p>Тема 2. Організація маркетингу на підприємстві Сутність та принципи організації маркетингової діяльності підприємства. Організаційні структури служби маркетингу: функціональна, товарна, ринкова, матрична та регіональна. Особливості організації маркетингової діяльності на підприємствах сфери телекомунікацій. Функції та завдання маркетингової служби підприємства. Взаємодія маркетингового підрозділу з іншими структурними підрозділами підприємства. Сучасні інформаційні технології в управлінні маркетинговою діяльністю підприємства. <u>Знати:</u> принципи організації маркетингу та їхні особливості для підприємств сфери телекомунікацій; <u>Вміти:</u> формувати маркетингову службу телекомунікаційного підприємства. <u>Формування компетенцій:</u> ЗК1, ЗК4, ЗК5, ЗК8, СК6, СК10. <u>Результати навчання:</u> ПРН3, ПРН6, ПРН16. <u>Рекомендовані джерела:</u> 1–3, 5, 6, 10–13.</p>	Лекція 3 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 4 2 год.	Усне опитування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Тренінг щодо впровадження відділу маркетингу на підприємстві.
	Лекція 4 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 5 2 год.	Усне опитування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Навчальна дискусія «Моделі побудови інтегрованих маркетингових структур», Кейс. Вибір організаційної структури відділу маркетингу на підприємстві.
	Самостійна робота 12 год.	1. Описати принципи організації маркетингу на підприємстві. 2. Навести приклади функціональної моделі побудови відділу маркетингу. 3. Навести приклади товарної моделі побудови відділу маркетингу.

Оцінювання за тему = 10 балів		
<p>Тема 3. Сутність та система маркетингового планування Сутність маркетингового планування та його роль у системі управління підприємством. Основні принципи, функції та завдання маркетингового планування. Види маркетингових планів та етапи їх розроблення. Стратегічне, тактичне та оперативне планування маркетингової діяльності. Формування маркетингових цілей підприємства. Розроблення маркетингових програм і бюджетів. Особливості маркетингового планування на підприємствах сфери телекомунікацій. Використання сучасних цифрових технологій у процесі маркетингового планування.</p> <p>Знати: основні завдання і принципи маркетингового планування; Вміти: застосовувати сучасні технології та методичні прийоми планування маркетингової діяльності на телекомунікаційному підприємстві. Формування компетенцій: ЗК1, ЗК5, СК6, СК9. Результати навчання: ПРН2, ПРН3, ПРН9, ПРН10. Рекомендовані джерела: 1–3, 7, 8, 10, 12, 13.</p>	Лекція 5 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 6 2 год.	Усне опитування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Тренінг «Пошук альтернатив вирішення існуючої проблеми». Навчальна дискусія «Оцінка найкращого варіанта вирішення проблеми, прийняття рішення та постановка планового завдання, супроводження плану».
	Практичне заняття 7 2 год.	Усне опитування, навчальна дискусія «Причини невдач у маркетинговому плануванні».
	Самостійна робота 12 год.	Описати сутність та завдання маркетингового планування. Описати принципи та види маркетингового планування. Обґрунтувати вимоги до ефективної організації маркетингового планування.
Оцінювання за тему = 10 балів		

Розділ 2 «СКЛАДОВІ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ»

<p>Тема 4. Маркетингове стратегічне планування. Сутність, предмет та завдання маркетингового стратегічного планування. Моделі маркетингового стратегічного планування. Основні аспекти стратегічного аналізу. Формулювання місії підприємства та його цілей. Вибір стратегії маркетингу підприємства. Сутність портфельного методу вибору стратегії підприємства. Метод Бостонської консалтингової групи. Матриця «ринок - продукт». Методика розроблення маркетингових програм.</p> <p>Знати: основні функціональні маркетингові стратегії; Вміти: здійснювати вибір стратегічних рішень щодо оцінки і вибору цільових ринків. Формування компетенцій: ЗК1, ЗК4, ЗК5, ЗК8, СК2, СК6, СК9. Результати навчання: ПРН2, ПРН3, ПРН4, ПРН6, ПРН9, ПРН10. Рекомендовані джерела: 1–3, 7–10, 12–14.</p>	Лекція 6 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів.
	Практичне заняття 8 2 год.	Усне опитування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Тренінг з вибору формулювання місії підприємства та його цілей.
	Лекція 7 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів.
	Практичне заняття 9 2 год.	Усне опитування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Ділова гра «Сутність портфельного методу вибору стратегії підприємства».
	Практичне заняття 10 2 год.	Усне опитування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Ділова гра «Творчі методи вибору стратегії маркетингу підприємства».
	Самостійна робота 12 год.	Описати і обґрунтувати стратегії маркетингу: утримання конкурентних переваг (Портер, 1980, зростання (інтенсивного, інтегративного, диверсифікаційного), конкурентні (за Ф. Котлером), за Р. Майлзом та П. Сноу (США). Навести приклади стратегічного планування на підприємстві.
Оцінювання за тему = 10 балів		
Тема 5. Тактичне й оперативне планування маркетингу.	Лекція 8	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування

<p>Сутність тактичного маркетингового планування. Структура та зміст маркетингового тактичного плану. Сутність і характерні риси маркетингового оперативного планування. Відмінності систем тактичного, оперативного й стратегічного планування. Порядок розроблення маркетингових оперативних планів</p> <p>Знати: алгоритм розроблення маркетингового оперативного планування;</p> <p>Вміти: розробляти види планів маркетингу залежно від певних критеріїв.</p> <p>Формування компетенцій: ЗК1, ЗК4, ЗК5, ЗК8, СК6, СК9, СК10.</p> <p>Результати навчання: ПРН2, ПРН3, ПРН4, ПРН6, ПРН9, ПРН10, ПРН16.</p> <p>Рекомендовані джерела: 1–3, 5, 7–10, 13.</p> <p>Оцінювання за тему = 10 балів</p>	2 год.	здобувачів
	Практичне заняття 11 2 год.	Усне опитування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Навчальна дискусія «Структура та зміст маркетингового тактичного плану», Кейс. Побудова маркетингового тактичного плану на підприємстві.
	Практичне заняття 12 2 год.	Усне опитування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Навчальна дискусія «Відмінності систем тактичного, оперативного й стратегічного планування», Кейс. Порядок розроблення маркетингових оперативних планів на підприємстві.
	Самостійна робота 12 год.	Обґрунтувати різницю між стратегічним і оперативним маркетинговим плануванням, конкурентним аналізом та маркетингом. Навести приклади тактичного й оперативного планування маркетингу.
<p>Тема 6. Контроль та аналіз маркетингової діяльності підприємства.</p> <p>Сутність маркетингового контролю. Види і методи проведення маркетингового контролю. Процес маркетингового контролю. Контролінг маркетингової діяльності. Критерії ефективних форм контролю. Зміст та алгоритм аналізу маркетингової діяльності підприємства. Аналіз результатів маркетингової діяльності підприємства. Маркетинговий аудит</p> <p>Знати: методики контролю та оцінювання результатів маркетингової діяльності підприємства;</p> <p>Вміти: здійснювати аналіз результатів маркетингової діяльності телекомунікаційного підприємства, проводити маркетинговий аудит.</p> <p>Формування компетенцій: ЗК1, ЗК4, ЗК5, ЗК8, СК2, СК9, СК10.</p> <p>Результати навчання: ПРН2, ПРН3, ПРН4, ПРН6, ПРН9, ПРН10, ПРН16.</p> <p>Рекомендовані джерела: 1, 2, 4, 8–13.</p> <p>Оцінювання за тему = 10 балів</p>	Лекція 9 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 13 2 год.	Усне опитування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Навчальна дискусія «Сутність маркетингового контролю», Кейс. Процес маркетингового контролю на підприємстві
	Практичне заняття 14 2 год.	Усне опитування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
	Практичне заняття 15 2 год.	Навчальна дискусія «Зміст та алгоритм аналізу маркетингової діяльності підприємства.», Кейс. Проведення маркетингового аудиту на підприємстві.
	Самостійна робота 12 год.	Описати і обґрунтувати процес маркетингового контролю Описати і обґрунтувати процес контролінгу маркетингової діяльності та навести критерії ефективних форм контролю на підприємстві..
МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ		
<p>Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран.</p> <p>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 Zoom; Google Workspace for Education, інформації сайту Університету</p>		
ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ		
<p>1. Борисенко О. С., Шевченко А. В., Фісун Ю. В., Крапко О. М. Маркетинговий менеджмент: навч. посібник. К.: НАУ, 2022. 204 с.</p> <p>https://dspace.nau.edu.ua/bitstream/NAU/56295/1/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%B9%20%</p>		

[D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82.pdf](#)

2. Дудар В. *Управління маркетингом* : електронний навчальний посібник. Тернопіль : ЗУНУ, 2022. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/45411>

3. Язвінська Н.В. *Маркетинговий менеджмент. Опорний конспект лекцій*. КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. URL:

https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/36762/1/Marketynhovyi_menedzhment.pdf

4. Сенишин О.С., Кривешко О.В. *Маркетинг* : навчальний посібник. URL: <https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/10/Marketing-navchalnyy-posibnyk.pdf>

5. Нестеренко С.С. *Маркетинговий менеджмент* : навчальний посібник. Запоріжжя : ЗНУ, 2022. URL: <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi73/0053902.pdf>

6. Буняк Н.М. *Маркетинговий менеджмент* : навчальний посібник. Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки, 2022. URL: https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/23306/1/mark_men.pdf

7. Павленко А.Ф., Войчак А.В., Старостіна А.О. *Маркетинговий менеджмент*. Українське адаптоване видання.

URL: https://www.researchgate.net/publication/330986235_MARKETINGOVII_MENEDZMENT_Perse_ukrainske_adaptovane_vidanna_MARKETING_MANAGEMENT_First_Ukrainian_Adapted_Edition

8. Вікарчук О.І. Сучасна модель маркетинг-менеджменту підприємства. *Економіка та суспільство*. 2021. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/968>

9. Теоретичні засади маркетингового менеджменту підприємства. *Бізнес Інформ*. 2023. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2023-8_0-pages-309_315.pdf

10. Kotler P., Keller K.L., Chernev A. *Marketing Management*. 16th ed. Pearson, 2022. URL: <https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/marketing-management/P200000009514>

11. Маркетингова асоціація України. Аналітика та маркетингові дослідження. URL: <https://uam.in.ua/ukr/projects/analytics>

12. Маркетинг у підприємстві, біржовій діяльності та торгівлі в smart-суспільстві : колективна монографія / За наук. ред. І.В. Перезової.

URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_2330_21163336.pdf

13. Біловодська О.А. *Маркетинговий менеджмент* : навчальний посібник. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/85932>

14. Крикавський Є.В., Дейнега І.О., Дейнега О.В. *Маркетингова товарна політика* : навчальний посібник.

URL: <https://lpnu.ua/sites/default/files/2022/pages/21467/marketingovatovarnapolityka.pdf>

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

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 кожну правильну відповідь - 0,2 бали
доповідь з презентацією за тематикою самостійної роботи	а кожну 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 кожну правильну відповідь – 0,2 бали
рішення практичних задач	за кожну правильну відповідь – 1,0 бали
участь у обговоренні ситуаційного завдання	за кожну правильну відповідь – 1,0 бали
участь у навчальній дискусії	за кожну участь - 0,5 бали
Додаткова оцінка за видами діяльності за тематикою дисципліни	
Участь у вебінарах, тренінгах	за кожні 0,1 кредити (3 год.) участі з отриманням сертифікату - 3 бали
Тези доповіді за участю у конференції	за кожні тези, які опубліковані - 3 бали
Стаття у виданні в Україні	за кожну статтю, яка опублікована - 5 балів
Стаття у іноземному виданні	за кожну 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 робочій програмі 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 робочою програмою, або студент проявляє невпевненість в тлумаченні теоретичних положень чи складних практичних завдань.	Високий Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в робочій програмі 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 робочій програмі 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	Достатній Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач у умовах, коли	Добре / Зараховано (В)

	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.	вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни	
75-81	Студент в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає робочій програмі 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 робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	Добре / Зараховано (C)
64-74	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений робочою програмою 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)
60-63	Студент має певні знання, передбачені в робочій програмі 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 навчальної програми з дисципліни	Задовільно / Зараховано (E)
35-59	Студент може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що програму навчальної 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) <i>В залікову книжку не представляється</i>
1-34	Студент повністю не виконав вимог робочої програми навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Студент не допущений до задачі екзамену.	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 представляється</i>