

**СИЛАБУС КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ
«ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ РІШЕНЬ НА МІЖНАРОДНИХ РИНКАХ»**

Лектор курсу			Дарчук Вероніка Геннадіївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу			Контактна інформація лектора (e-mail)		v.darchuk@duikt.edu.ua	
Галузь знань			D Бізнес, адміністрування та право			Код курсу GWE		ehsbt12n	
Спеціальність			D5 Маркетинг			Рівень вищої освіти		магістр	
Освітня програма			«Міжнародний маркетинг»			Семестр		1	
Обсяг:						Тип дисципліни		Обов'язкова	
	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:						
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка		
	4	120	18	-	36	-	66		

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	Базова
Освітні компоненти для яких є базовою	Стратегії міжнародного маркетингу, переддипломна практика
Мета курсу:	формування у здобувачів теоретичних знань і практичних навичок щодо оцінки ефективності маркетингових рішень на міжнародних ринках, аналізу результативності маркетингової діяльності та обґрунтування управлінських рішень у міжнародному бізнес-середовищі.

Компетентності відповідно до освітньої програми

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)	Hard-skills / Спеціальні компетентності (СК)
ЗК 1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК 2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність) ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.	СК 3. Здатність до проведення самостійних інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. СК 5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності маркетингового суб'єкта, прогнозування. СК 8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. СК 9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.

Програмні результати навчання (ПРН)

ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами. 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 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання. ПРН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми	Вид заняття	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
Розділ 1. «Теоретичні засади оцінки ефективності маркетингових рішень»		

<p>Тема 1. Сутність та особливості маркетингових рішень на міжнародних ринках Знати: сутність міжнародних маркетингових рішень та фактори їх ефективності. Вміти: аналізувати вплив зовнішнього середовища на міжнародні маркетингові рішення. Формування компетенцій: ЗК 1, ЗК 6, СК 5, СК 9 Результати навчання: ПРН 3, ПРН 9, ПРН 10 Рекомендовані джерела: 2, 4, 6, 7</p> <p>Оцінювання за тему = 10 балів</p>	Лекція 1 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 1 2 год.	Усне опитування, тестування; аналіз міжнародного маркетингового середовища; тематична дискусія.
	Практичне заняття 2 2 год.	Аналіз міжнародних кейсів компаній; розв'язання ситуаційних завдань щодо виходу підприємства на міжнародний ринок; оцінка ризиків міжнародної діяльності; підготовка та представлення презентації.
	Лекція 2 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 3 2 год.	Аналіз кейсів міжнародних компаній. Підготовка та представлення доповіді з презентацією.
	Практичне заняття 4 2 год.	Тестування; розв'язання ситуаційних завдань щодо вибору міжнародної маркетингової стратегії; аналіз діяльності міжнародних компаній; підготовка аналітичного звіту та презентації результатів дослідження.
	Самостійна робота 12 год.	1. Опрацювання міжнародних кейсів. 2. Аналіз факторів зовнішнього середовища міжнародного ринку. 3. Підготовка аналітичного звіту
<p>Тема 2. Методи оцінки ефективності міжнародної маркетингової діяльності Знати: основні методи та показники оцінки ефективності міжнародної маркетингової діяльності. Вміти: застосовувати KPI, ROI, ROMI та інші інструменти оцінки результативності маркетингових рішень на міжнародних ринках. Формування компетенцій: ЗК 1, ЗК 2, ЗК 6, СК3, СК 8 Результати навчання: ПРН 3, ПРН 6, ПРН 15 Рекомендовані джерела: 2, 4, 5, 8, 10</p> <p>Оцінювання за тему = 10 балів</p>	Лекція 3 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 5 2 год.	Усне опитування, тестування; розрахунок KPI, ROI, ROMI; аналіз міжнародних кейсів. Тематична дискусія; робота з аналітичними даними; підготовка та представлення презентації.
	Практичне заняття 6 2 год.	Усне опитування; аналіз ефективності міжнародних маркетингових стратегій підприємства; розв'язання ситуаційних завдань щодо вибору ефективних маркетингових інструментів; тематична дискусія.
	Лекція 4 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 7 2 год.	Аналіз ефективності міжнародних маркетингових комунікацій. Усне опитування, тестування; аналіз ефективності міжнародних рекламних кампаній. Розв'язання ситуаційних завдань щодо оцінки маркетингових комунікацій на міжнародних ринках.
	Практичне заняття 8 2 год.	Опрацювання методів оцінки ефективності міжнародної маркетингової діяльності; аналіз KPI та ROMI міжнародних компаній; дослідження сучасних інструментів оцінки результативності маркетингових рішень; підготовка аналітичного звіту та презентації.
	Самостійна робота 10 год.	1. Опрацювання методів оцінки ефективності міжнародної маркетингової діяльності. 2. Аналіз KPI та ROMI міжнародних компаній. 3. Підготовка аналітичного звіту щодо результативності міжнародної маркетингової кампанії. 4. Дослідження особливостей оцінки маркетингових рішень у різних країнах. 5. Підготовка презентації за міжнародним кейсом.
	Лекція 5 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 9 2 год.	Усне опитування, тестування. PEST-аналіз міжнародного ринку. Тематична дискусія. Аналіз міжнародних кейсів. SWOT-аналіз. Підготовка та представлення презентації.

<p>Тема 3. Аналіз міжнародного маркетингового середовища Знати: особливості міжнародного маркетингового середовища та фактори впливу на діяльність підприємства. Вміти: здійснювати аналіз міжнародного ринку, оцінювати конкурентне середовище та маркетингові ризики. Формування компетенцій: ЗК 1, ЗК 6, СК 3, СК 5 Результати навчання: ПРН 3, ПРН 10, ПРН 15 Рекомендовані джерела: 2, 3, 5, 8, 10 Оцінювання за тему = 10 балів</p>	Практичне заняття 10 2 год.	Аналіз міжнародного маркетингового середовища окремої країни; дослідження конкурентних переваг міжнародних компаній; оцінка маркетингових ризиків міжнародної діяльності; підготовка аналітичного звіту та презентації
	Лекція 6 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 11 2 год.	Розв'язання ситуаційних завдань; аналіз ризиків міжнародної діяльності підприємства; оцінка впливу політичних, економічних та валютних ризиків на маркетингові рішення; тематична дискусія на тему: «Управління ризиками на міжнародних ринках»; аналіз міжнародних кейсів компаній.
	Практичне заняття 12 2 год.	Оцінка впливу політичних, економічних та валютних ризиків на маркетингові рішення; тематична дискусія.
	Самостійна робота 12 год.	1. Аналіз міжнародного маркетингового середовища окремої країни. 2. Дослідження конкурентних переваг міжнародних компаній. 3. Підготовка аналітичного звіту. 4. Оцінка впливу політичних, економічних та соціокультурних факторів на міжнародний ринок. 5. Аналіз міжнародних маркетингових ризиків і способів їх мінімізації.
Розділ 2. «Практичні аспекти оцінки ефективності маркетингових рішень на міжнародних ринках»		
<p>Тема 4. Оцінка ефективності міжнародних товарних стратегій Знати: особливості формування міжнародної товарної політики та критерії оцінки її ефективності. Вміти: визначати конкурентоспроможність товару та оцінювати ефективність міжнародних товарних стратегій підприємства. Формування компетенцій: ЗК 2, ЗК 6, СК 8, СК 9 Результати навчання: ПРН 5, ПРН 9, ПРН 13 Рекомендовані джерела: 1, 4, 6, 7, 10 Оцінювання за тему = 10 балів</p>	Лекція 7 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 13 2 год.	Усне опитування, тестування; аналіз міжнародних кейсів щодо адаптації товарної політики до особливостей зарубіжних ринків; тематична дискусія на тему: «Стандартизація чи адаптація товару на міжнародному ринку»; виконання практичних завдань з визначення факторів впливу на міжнародну товарну політику підприємства.
	Практичне заняття 14 2 год.	Усне опитування; аналіз структури міжнародного товарного асортименту підприємства; розв'язання практичних завдань щодо визначення ефективності асортиментної політики; тематична дискусія на тему: «Управління міжнародним товарним портфелем компанії»; аналіз кейсів міжнародних брендів
	Самостійна робота 12 год.	1. Аналіз міжнародних товарних стратегій компаній. 2. Оцінка конкурентоспроможності міжнародного товару. 3. Дослідження особливостей адаптації товару до міжнародних ринків. 4. Підготовка аналітичного звіту. 5. Аналіз міжнародних брендів та їх товарної політики.
	Лекція 8 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
<p>Тема 5. Оцінка ефективності міжнародних маркетингових комунікацій Знати: особливості міжнародних маркетингових комунікацій та критерії оцінки їх ефективності. Вміти: оцінювати результативність міжнародних рекламних кампаній та ефективність комунікаційної політики підприємства на міжнародних ринках.</p>	Практичне заняття 15 2 год.	Усне опитування, тестування; аналіз міжнародних рекламних кампаній; тематична дискусія на тему: «Особливості міжкультурних комунікацій у міжнародному маркетингу».
	Практичне заняття 16 2 год.	Усне опитування; аналіз ефективності SMM, digital-реклами та PR-комунікацій; розв'язання ситуаційних завдань; тематична дискусія.
	Самостійна робота 12 год.	1. Аналіз міжнародних маркетингових комунікацій відомих брендів. 2. Оцінка ефективності міжнародної рекламної кампанії. 3. Дослідження особливостей цифрових комунікацій на міжнародних ринках.

<p>Формування компетенцій: ЗК 1, ЗК 2, ЗК 6, СК 5, СК 8</p> <p>Результати навчання: ПРН 5, ПРН 6, ПРН 9, ПРН 13</p> <p>Рекомендовані джерела: : 1, 3, 5, 6, 11</p> <p>Оцінювання за тему = 10 балів</p>		4. Підготовка аналітичного звіту та презентації.
<p>Тема 6. Оцінка ефективності цифрового маркетингу на міжнародних ринках</p> <p>Знати: сучасні інструменти цифрового маркетингу та показники оцінки їх ефективності на міжнародних ринках.</p> <p>Вміти: аналізувати ефективність digital-стратегій, використовувати цифрові маркетингові метрики та оцінювати результативність онлайн-комунікацій.</p> <p>Формування компетенцій: ЗК 1, ЗК 2, ЗК 6, СК 3, СК 8</p> <p>Результати навчання: ПРН 6, ПРН 13, ПРН 15</p> <p>Рекомендовані джерела: 1, 2, 4, 6, 8</p> <p>Оцінювання за тему = 10 балів</p>	Лекція 9 2 год.	Пояснювально – ілюстративний матеріал, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 17 2 год.	Усне опитування, тестування; аналіз міжнародних digital-кампаній; тематична дискусія на тему: «Тенденції розвитку цифрового маркетингу у світі». Виконання практичних завдань щодо аналізу SMM-метрик; оцінка ефективності контент-маркетингу; аналіз кейсів міжнародних брендів; підготовка та представлення презентації.
	Практичне заняття 18 2 год.	Усне опитування, тестування; аналіз міжнародних digital-кампаній; тематична дискусія на тему: «Тенденції розвитку цифрового маркетингу у світі». Виконання практичних завдань щодо аналізу SMM-метрик; оцінка ефективності контент-маркетингу; аналіз кейсів міжнародних брендів; підготовка та представлення презентації.
	Самостійна робота 12 год.	1. Аналіз цифрових маркетингових стратегій міжнародних компаній. 2. Дослідження ефективності SMM та performance marketing. 3. Оцінка digital-метрик міжнародних брендів. 4. Підготовка аналітичного звіту та презентації.

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 Zoom; Google Workspace for Education, інформації сайту Університету

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Виноградова О., Дименко О., Ігнатенко О., Совершенна І., Дарчук В., Снітко А. Ensuring the financial stability of the enterprise with performance marketing tools. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 3(56), 2024. (SCOPUS)
2. Дарчук В.Г., Довгенко Д.Є. Організація служби маркетингу на підприємстві. Маркетинг майбутнього: виклики та реалії : Матеріали V Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції (м. Київ, 9 червня 2023 року) / Навчально-науковий інститут менеджменту та підприємництва ДУТ. Київ, 2023. С.63-66
3. Дарчук В.Г., Молоков І.О., Єгоров Д.О. Маркетингова програма як ключовий чинник конкурентоспроможності підприємства. Маркетинг майбутнього: виклики та реалії: Матеріали IV Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції (м. Київ, 6 червня 2024 року) ДУІКТ. Київ, 2024.
4. Дарчук В. Кошіль А Маркетингові інструменти управління нестабільними системами//Наука онлайн: Міжнародний електронний науковий журнал - 2020. - №6. <https://nauka-online.com/ua/publications/ekonomika/2020/6/marketingovye-instrumenty-upravleniya-nestabilnymi-sistemami/>
5. Ромашенко О.С., Дарчук В. Г., Качмала В. І., Снітко А. С. (2025). Система показників оцінки ефективності управління маркетинговою діяльністю. Бізнес Інформ. №1. URL: https://www.business-inform.net/article/?year=2025&abstract=2025_1_0_471_479Шпак Н.О., Грабович І.В. Підходи до оцінювання ефективності використання інструментів маркетингу підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Випуск 45. – 2022. с. 84-90. DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2022-45-15>
6. Поліщук І.І., Довгань Ю.В. Оцінка ефективності використання маркетингового потенціалу підприємства. *Modern engineering and innovative technologies*. - 2022. - Issue 21. Part 2. - С. 65–72. DOI: <https://doi.org/10.30890/2567-5273.2022-21-02-021>.

7. Сілагін В. Маркетинговий потенціал як елемент інноваційного розвитку підприємства. *Менеджмент XXI століття: сучасні моделі, стратегії, технології*: Зб. матеріалів ІХ Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції, м. Вінниця, 06 жовтня 2022р. Вінниця, 2022. Ч. І. 745 с. С.598-606. URL: http://www.vtei.com.ua/doc/2022/konf0610/zb1_1.pdf
8. Багорка М.О., Юрченко Н.І. Маркетинговий потенціал як адаптаційний складник сучасного економічного розвитку підприємств. *Проблеми системного підходу в економіці* : Зб. наук. праць. 2020. Вип. 2(76). С.137-145. URL: <http://dspace.dsau.dp.ua/jspui/handle/123456789/2935>
9. Маркетинг у підприємстві, біржовій діяльності та торгівлі в smart- суспільстві: управлінський, інноваційний та методичний виміри : колективна монографія / За наук. ред. І. В. Перезової. – Львів: Видавець Кошовий Б.-П.О., 2023. – 869 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_2330_21163336.pdf
10. Harmider L. Development of the enterprise personnel with the application of internal marketing elements / L. Harmider, J. Staszewska, L.A. Hohchar // *Економічний вісник УДХТУ*. 2021. № 1(13) С. 119-126. URL: http://ek-visnik.dp.ua/wp-content/uploads/pdf/2021-1/Harmider_S.pdf (Copernicus). DOI: <http://dx.doi.org/10.32434/2415-3974-2021-13-1-119-126>

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

КРИТЕРІЙ 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:	
<i>Робота на заняттях, у т.ч.</i>	
участь у експрес-опитуванні	за кожну правильну відповідь - 0,5 бали
доповідь з презентацією за тематикою самостійної роботи	за кожну презентацію (реферат) максимум – 5 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
участь у обговоренні ситуаційного завдання, навчальній дискусії	за кожну 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

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 завдань, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включатись в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються. Зменшення 100-бальної оцінки може бути пов'язане з недостатнім розкриттям питань, що стосується дисципліни, яка вивчається, але виходить за рамки об'єму матеріалу, передбаченого силабусом, або студент проявляє невпевненість в тлумаченні теоретичних положень чи складних практичних завдань	Високий Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в силабусі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.	Відмінно / Зараховано (А)
82-89	Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає силабусу дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, дає вичерпні пояснення	Достатній Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни	Добре / Зараховано (В)
75-81	Студент в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає силабусу дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати при вирішенні типових практичних завдань, але допускає окремі неточності. Вміє пояснити основні положення виконаних завдань та дати правильні відповіді при зміні результату при заданій зміні вихідних параметрів. Помилки у відповідях/ рішеннях/ розрахунках не є системними. Знає характеристики основних положень, що мають визначальне значення при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, в межах дисципліни, що вивчається.	Достатній Конкретний рівень, за вивченим матеріалом силабусу дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	Добре / Зараховано (С)
67-74	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений силабусом дисципліни, та розуміє 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	Студент має певні знання, передбачені в силабусі дисципліни, володіє основними положеннями, що вивчаються	Середній	Задовільно /

	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	Є мінімально допустимим у всіх складових силабусу дисципліни	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 формулюються 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 заліку	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