

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ФІНАНСОВИЙ МАРКЕТИНГ»

Лектор курсу			Ромашенко Ольга Сергіївна, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу		Контактна інформація лектора (e-mail), посилання в GWE		e-mail: o.romashchenko@duikt.edu.ua Посилання в GWE – https://classroom.google.com/c/Njg1MTkyNDc0NjQ4	
Галузь знань			07 <i>Управління та адміністрування</i>		Рівень вищої освіти		бакалавр	
Спеціальність			075 Маркетинг		Семестр		6	
Освітня програма			«Маркетинг»		Тип дисципліни		Обов'язкова	
Обсяг:	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	Маркетингові дослідження (3), маркетинговий бізнес аналіз (4), маркетингові інновації (5)
Освітні компоненти для яких є базовою	Маркетингові чинники результативності бізнесу (7)

Мета курсу:	засвоєння теоретичних знань та формування управлінського мислення, заснованого на розумінні сутності маркетингової концепції управління на фінансовому ринку
--------------------	--

Компетентності відповідно до освітньої програми

Спеціальні (фахові) компетентності (ПП)

- ПП 6.** Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності
- ПП 7.** Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів
- ПП 8.** Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності
- ПП11.** Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків
- ПП14.** Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
- ПП15.** Здатність усвідомлювати умови ефективності міжнародної сегментації, застосовувати методику аналізу зовнішніх ринків, розробляти стратегії виходу на іноземні ринки

Програмні результати навчання (ПРН)

- ПРН 2.** Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
- ПРН 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 9.** Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
- ПРН 13.** Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми	Вид заняття	Оцінювання за тему	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
Розділ 1 «Фінансовий маркетинг банківської діяльності»			
<p>Тема 1. Концепція фінансового маркетингу. <u>Знати:</u> Загальні поняття фінансового маркетингу. <u>Вміти:</u> використовувати понятійний апарат області фінансового маркетингу. <u>Формування компетенцій:</u> ПП 6-ПП 8 <u>Результати навчання:</u> ПРН 2, ПРН 5 <u>Рекомендовані джерела:</u> 1-8</p>			
<p>1. Заняття 1.1. Сутність та значення дисципліни «Фінансовий маркетинг» у підготовці маркетологів, основні поняття у фінансовому маркетингу, фінансовий ринок і маркетингова середа, концепції фінансового маркетингу, фінансовий маркетинг як функція фінансового менеджменту</p>	Лекція 1 2 год.	-	Пояснювально-ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
<p>Заняття 1.2. Сутність та основні завдання фінансового маркетингу.</p>	Практичне заняття 1 2 год.	4 бали	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія,
<p>Тема 2. Сутність та основний зміст маркетингової діяльності у банку <u>Знати:</u> Специфіку особливостей банківського маркетингу. <u>Вміти:</u> розрізняти особливості банківського маркетингу <u>Формування компетенцій:</u> ПП 6–ПП 8 <u>Результати навчання:</u> ПРН 2, ПРН 4, ПРН 5 <u>Рекомендовані джерела:</u> 1-8</p>			
<p>Заняття 2.1. 1.Об'єктивні передумови зародження та розвитку маркетингової діяльності в банку, сутність і особливості банківського маркетингу, цілі, принципи і функції його реалізації, еволюція концепцій управління маркетинговою діяльністю в банку, організація маркетингової діяльності в банку.</p>	Лекція 2 2 год.	-	Пояснювально-ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
<p>Заняття 2.2. Сутність та основний зміст маркетингової діяльності у банку</p>	Практичне заняття 2 2 год.	4 бали	Усне опитування. Навчальна дискусія «Банківська діяльність – сфера дії фінансового маркетингу». Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
<p>Тема 3. Аналіз маркетингових можливостей банку <u>Знати:</u> етапи і методи дослідження діяльності банку. <u>Вміти:</u> формувати цілі і можливості маркетингової діяльності банку. <u>Формування компетенцій:</u> ПП 6-ПП 8, ПП 11 <u>Результати навчання:</u> ПРН 2, ПРН 4, ПРН 5, ПРН 6 <u>Рекомендовані джерела:</u> 1-8</p>			
<p>Заняття 3.1. Функціональний і операційний аналізи маркетингових можливостей банку. Структурний аналіз балансу комерційного банку.</p>	Лекція 3 2 год.	-	Пояснювально-ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів

Заняття 3.2. Аналіз маркетингових можливостей банку.	Практичне заняття 3 2 год.	4 бали	Усне опитування. Тренінг «Методи дослідження конкурентного середовища банку». Навчальна дискусія «Маркетингові можливості банку».
Тема 4. Система маркетингової інформації у банку <u>Знати:</u> форми фінансової звітності банку <u>Вміти:</u> читати фінансову звітність банку і робити висновки. <u>Формування компетенцій:</u> ПП 6-ПП 8, ПП 11 <u>Результати навчання:</u> ПРН 2, ПРН 4, ПРН 5, ПРН 6 <u>Рекомендована література:</u> 1 -8			
Заняття 4.1. Джерела системи внутрішньої звітності в банку, система збору зовнішньої поточною інформації в банку, зміст та основні етапи маркетингових досліджень в банку, система аналізу інформації в банку	Лекція 4 2 год.		Пояснювально-ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
Заняття 4.2. Способи отримання інформації про конкурентів.	Практичне заняття 4 2 год.	4 бали	Усне опитування. Тренінг з проведення маркетингових досліджень на основі внутрішньої інформації.
Тема 5. Аналіз маркетингового середовища банку <u>Знати:</u> визначення і елементи макро- та мікросередовища банку <u>Вміти:</u> застосовувати сучасний інструментарій банківського маркетингу для вирішення практичних завдань <u>Формування компетенцій:</u> ПП 6-ПП 8, ПП 11 <u>Результати навчання:</u> ПРН 2, ПРН 4, ПРН 5, ПРН 6 <u>Рекомендована література:</u> 1-8			
Заняття 5.1. Аналіз макросередовища маркетингу комерційного банку, аналіз мікросередовища маркетингу комерційного банку.	Лекція 5 2 год.		Пояснювально-ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
Заняття 5.2. Аналіз маркетингового середовища банку	Практичне заняття 5 2 год.	4 бали	Усне опитування. Навчальна дискусія «Банківська діяльність - сфера дії фінансового маркетингу». Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
Самостійна робота			
Тема 1. Концепція фінансового маркетингу	6 год.	2 балів	1. Побудуйте структурно-логічну схему "Стратегії розвитку Асоціації фінтеху в Україні до 2025 року". 2. Побудуйте структурно-логічну схему "Стратегії розвитку фінансового сектору України до 2025 року".
Тема 2. Сутність та основний зміст маркетингової діяльності у банку	6 год.	2 балів	1. Назвіть основні положення нормативно-правових актів системи законодавства України у галузі фінансового маркетингу. 2. Розробіть перелік критеріїв для оцінювання зразка друкованої реклами фінансової послуги відповідно до Законів України "Про захист прав споживачів" та "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо захисту прав споживачів фінансових послуг"
Тема 3. Аналіз маркетингових можливостей банку	6 год.	2 балів	1. Побудуйте структурно-логічну схему нормативно-правового забезпечення фінансового маркетингу.

Тема 4. Система маркетингової інформації у банку	6 год.	2 балів	1. Наведіть переваги та недоліки використання методу збирання маркетингової інформації (наприклад, експертні оцінки) для аналізу інноваційних рішень фінансової установи (за власним вибором), що сприятимуть розвитку відповідного ринку
Тема 5. Аналіз маркетингового середовища банку	6 год.	2 балів	1. Розробіть перелік критеріїв для оцінювання маркетингового середовища відповідно до Законів України "Про рекламу" та "Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг". 2. Назвіть структурні елементи маркетингового середовища з урахуванням критеріальних ознак.

Розділ 2 «СКЛАДОВІ ЕЛЕМЕНТИ ФІНАНСОВОГО МАРКЕТИНГУ»

<p>Тема 6. Міжнародний банківський маркетинг Знати: поняття і особливості міжнародних банківських систем. Вміти: освоїти термінологію та основні поняття міжнародних банківських систем та вміти знаходити джерела формування клієнтської бази за кордоном. Формування компетенцій: ПП 6-ПП 8, ПП 11, ПП 14, ПП 15 Результати навчання: ПРН 2, ПРН 4, ПРН 5, ПРН 6, ПРН 9, ПРН 12 Рекомендовані джерела: 1-26</p>			
--	--	--	--

Заняття 6.1. Особливості розвитку міжнародних банківських систем, джерела формування клієнтської бази за кордоном	Лекція 6 2 год.		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
Заняття 6.2. Міжнародний банківський маркетинг.	Практичне заняття 6 2 год.	4 бали	Усне опитування. Навчальна дискусія «Особливості міжнародної банківської діяльності у різних країнах світу». Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.

<p>Тема 7. Страховий маркетинг Знати: загальні поняття страхового маркетингу, завдання та місію страхової компанії Вміти: аналізувати зовнішню і внутрішню маркетингову середу страхового підприємства, розробляти етапи планування діяльності страхової компанії Формування компетенцій: ПП 6-ПП 8, ПП 11, ПП 14, ПП 15 Результати навчання: ПРН 2, ПРН 4, ПРН 5, ПРН 6, ПРН 9, ПРН 12 Рекомендовані джерела: 1-26</p>			
--	--	--	--

Заняття 7.1. Концепція, цілі і функції страхового маркетингу, використання елементів комплексу маркетингу в страховій організації, маркетингові стратегії страхової компанії, управління та планування у страховому маркетингу, комплекс страхування маркетингу	Лекція 7 2 год.		Пояснювально-ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
Заняття 7.2. Стратегії поведінки при конфліктах.	Практичне заняття 7 2 год.	4 бали	Усне опитування. Навчальна дискусія «Особливості страхового маркетингу». Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.

<p>Тема 8. Маркетинг ринку цінних паперів . Знати: основні терміни і специфічні особливості маркетингу цінних паперів Вміти: проводити маркетингові дослідження на ринку цінних паперів Формування компетенцій: ПП 6-ПП 8, ПП 11, ПП 14, ПП 15 Результати навчання: ПРН 2, ПРН 4, ПРН 5, ПРН 6, ПРН 9, ПРН 12</p>			
--	--	--	--

Рекомендовані джерела: 1-26			
Заняття 8.1. Поняття маркетингу ринку цінних паперів , система маркетингу ринку цінних паперів, специфічні особливості маркетингу на ринку цінних паперів	Лекція 8 2 год.		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
Заняття 8.2. Маркетинг ринку цінних паперів.	Практичне заняття 8 2 год.	4 бали	Усне опитування. Навчальна дискусія «Особливості ринку цінних паперів».
Тема 9. Інвестиційний маркетинг Знати: Загальні поняття інвестиційного маркетингу. Вміти: використовувати понятійний апарат області інвестиційного маркетингу. Формування компетенцій: ПП 6-ПП 8, ПП 11, ПП 14, ПП 15 Результати навчання: ПРН 2, ПРН 4, ПРН 5, ПРН 6, ПРН 9, ПРН 12 Рекомендована література: 1-26			
Заняття 9.1. Поняття, цілі та завдання інвестиційного маркетингу, принципи, функції і методи маркетингу інвестицій, характеристика інвестиційних процесів в маркетингу	Лекція 9 2 год.		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
Заняття 9.2. Інвестиційний маркетинг	Практичне заняття 9 2 год.	4 бали	Усне опитування. Навчальна дискусія «Особливості інвестиційного маркетингу». Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
Самостійна робота			
Тема 6. Міжнародний банківський маркетинг	6 год.	3 балів	1.Підготувати презентацію «Особливості банківського маркетингу у різних країнах світу»
Тема 7. Страховий маркетинг.	6 год.	4 балів	1.Згідно з чинним законодавством у сфері фінансового маркетингу створіть власну шкалу оцінювання реклами за п'ятьма критеріями, що відповідають принципам реклами. За цією шкалою проведіть оцінювання прикладу реклами страхової компанії (за власним вибором). 2.Наведіть приклади реклами страхових компаній, до яких можна та до яких не можна застосувати характеристику недобросовісної реклами фінансових послуг, відповідно до ст. 11 "Достовірність реклами та іншої інформації Закону України "Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових
Тема 8. Маркетинг ринку цінних паперів	6 год.	4 балів	1.Наведіть основні вимоги Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку України до проекту реклами цінних паперів відповідно до Положення Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку України "Про рекламу цінних паперів та фондового ринку". 2.Згідно з чинним законодавством у сфері фінансового маркетингу створіть власну шкалу оцінювання реклами за п'ятьма критеріями, що відповідають принципам реклами. За цією шкалою проведіть оцінювання прикладу реклами емітента цінних паперів (за власним вибором).
Тема 9. Інвестиційний маркетинг	6 год.	3 балів	1.Наведіть приклад факторів впливу на вартість інвестиційних ресурсів та заходів для стимулювання інтересів інвесторів.

2. Наведіть приклад маркетингового оцінювання орієнтації на розширення можливостей інвестиційного проекту.
3. Наведіть переваги та недоліки використання стратегії отримання маркетингової інформації для актуалізації інвестиційного проекту, орієнтованого на створення бази даних.

МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран.

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. Артєм'єва О.А. Фінансовий маркетинг. 2015. URL: https://stud.com.ua/32132/marketing/finansoviy_marketing
2. Євтушенко Н.О. Фінансовий менеджмент: навчальний посібник \ Н.О. Євтушенко. Запоріжжя: ЗНУ. 2013. 124 с.
3. Іванова Л. О., Семак Б. Б., Вовчанська О. М. Маркетинг послуг : навч. посіб. Львів : Вид-во Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с.
4. Буднікевич І. М. Маркетинг у галузях і сферах діяльності: навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2019. 536 с.
5. Маркетинг у банках: навч. посіб. Безус Р.М. та ін., Дніпро : Журфонд, 2019. 320 с.
6. «4Р» маркетингу страхових компаній : монографія / Т. А. Васильєва, С. М. Козьменко, О. В. Козьменко. Суми : Університетська книга, 2016. 432 с.
7. Чернишова, А. М. Маркетингові дослідження і ситуаційний аналіз в 2 ч.: Підручник і практикум для академічного бакалаврату / А. М. Чернишова, Т. Н. Якубова. М, 2016. 248 с.
8. Ковальчук С. Фінансовий маркетинг та перспективи його розвитку в Україні. *Науковий журнал «Вісник Хмельницького національного університету».* *Економічні науки.* 2023. №4 (320). С. 165-169.
9. Новошинська Л.В., Передумови розвитку маркетингу на фінансовому ринку. *Наукові записки. Серія "Економіка".* Випуск 10, 2008.с.272-284.
10. Фінансовий бізнес в Україні та світі: маркетингові особливості та закономірності: Матеріали ІІ Міжнародної науково-практичної інтернетконференції (13 жовтня 2022 р., м. Львів, Україна). Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2022. 79 с.
11. Харабара В. М., Грешко Р. І., Третякова О. В., Особливості сучасного банківського маркетингу. *Інвестиції: практика та досвід* № 4/2021,с.43-46.
12. Лихолат, С., Грицюк, Т. . Формування комплексу маркетинг-міксу у банківській сфері. *Економіка та суспільство*, 2022, № 42. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-7>
13. Коваленко В.В., Теоретико-методичні засади формування стратегії маркетингу банківських іновачій. *ISSN 2616-3853 (print), ISSN 2616-4167 (online).* *Нобелівський вісник.* 2020. № 1 (13).с.30-39.
14. Smith C. (2016). *The Conversion Code: Capture Internet Leads, Create Quality Appointments, Close More Sales.* Wiley. February 11, 2016. 173 p.
15. Westergaard N. (2016) *Get Scrappy: Smarter Digital Marketing for Businesses Big and Small.* Amacom., Computers, Business & Economics. 240 p
16. Офіційний сайт Американського центру продуктивності та якості. URL: <https://www.apqc.org/>
17. <http://www.wilsonweb.com/> - Wilson Internet Services (Ресурси Інтернет-маркетингу).
18. <http://www.inau.org.ua/> - Інтернет асоціація України
19. <http://www.internetstatistic.com/> - світова статистика Інтернету
20. <http://bigmir-internet.com.ua/> - статистика українського Інтернету
21. <http://www.internetnews.com/> - світові новини Інтернету
22. <http://www.idc.com/> - дослідницька агенція IDC Analyze the Future

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.
- Самостійна робота включає в себе теоретичне вивчення питань, що стосуються тем лекційних занять, які не ввійшли в теоретичний курс, або ж були розглянуті коротко, їх поглиблена проробка за рекомендованою літературою.
- 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.
- Здобувач, який спізнився без поважної причини, вважається таким, що пропустив заняття з виставленням 0 балів за заняття, і при цьому має право бути присутнім на занятті.
- За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни здобувач за виконання завдання отримує 0 балів
- За ініціативою викладача зміст даного курсу планується оновлювати щорічно, враховуючи зміни у законодавстві України, наукові досягнення .. Здобувачі також можуть долучатись до оновлення дисципліни шляхом подання пропозицій викладачу стосовно новітніх змін .. За таку ініціативу студенти можуть отримати додаткові бали.

НЕФОРМАЛЬНА ТА ІНФОРМАЛЬНА ОСВІТА

Здобувачі мають право на перезарахування результатів навчання набутих у неформальній та інформальній освіті згідно «Положення про неформальну освіту Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій» chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/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 chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_96297052.pdf?2

КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Умовою допуску до підсумкового контролю є виконання всіх практичних робіт і виконання самостійних завдань, які передбачені структурою освітньої компоненти. Якщо здобувача вищої освіти не допущено до складання заліку, як такого, що не виконав індивідуальний план, йому надається час до перескладання для виконання всіх вимог допуску. Здобувач має право на два перескладання. При повторному перескладанні, залік може приймати комісія, яка створюється директором ННІМП. Оцінка комісії є остаточною. Отримання студентом 0 балів (неприйнятно) тягне відрахування за невиконання навчального плану.

Форми контролю	Види навчальної роботи	Оцінювання
ПОТОЧНИЙ КИТРОЛЬ	<i>Робота на заняттях, у т.ч.:</i>	
	• Виконання практичних робіт	44 бали
	• Самостійна робота	16 балів
ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ Екзамен	Екзамен проходить у письмовій формі.	40 балів
	Додаткова оцінка	Оцінювання

Види навчальної роботи	
Участь у наукових конференціях, підготовка наукових публікацій за тематикою освітньої компоненти:	
Тези доповіді на фаховій конференції	
Стаття у фаховому виданні	
Стаття в іноземному рецензованому виданні	
Максимальна кількість додаткових балів, які можуть бути зараховані здобувачу освіти - 10 балів	

ПІДСУМКОВА ОЦІНКА ЗА ДИСЦИПЛІНУ			
бали	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка /зачис в екзаменаційній відомості
90-100	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>	<p>Високий</p> <p>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.</p>	Відмінно / Зараховано (A)
82-89	<p>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 незначною.</p> <p>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.</p>	<p>Достатній</p> <p>Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни</p>	Добре / Зараховано (B)
75-81	<p>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.</p>	<p>Достатній</p> <p>Конкретний рівень, за вивченням матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.</p>	Добре / Зараховано (C)
64-74	<p>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</p>	<p>Середній</p> <p>Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни</p>	Задовільно / Зараховано (D)

	розглядалися з викладачем, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усунути за допомогою викладача.		
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) В залікову книжку не представляється
1-34	Студент повністю не виконав вимог робочої програми 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