

## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ПЕРФОМАНС МАРКЕТИНГ»

<b>Лектор курсу</b>			<b>Виноградова Олена Володимирівна, д.е.н., проф., Дарчук Вероніка Геннадіївна, к.е.н., доцент</b>		<b>Контактна інформація лектора (e-mail), код курсу GWE</b>		<b>e-mail: <a href="mailto:o.vynogradova@duikt.edu.ua">o.vynogradova@duikt.edu.ua</a> e-mail: <a href="mailto:senyamops@ukr.net">senyamops@ukr.net</a> Код курсу GWE <a href="https://classroom.google.com/c/NzA3NTE0MDM2NDQw?cjc=gwomyuk">https://classroom.google.com/c/NzA3NTE0MDM2NDQw?cjc=gwomyuk</a></b>		
<b>Галузь знань</b>			07 <i>Управління та адміністрування</i>		<b>Рівень вищої освіти</b>		Доктор філософії		
<b>Спеціальність</b>			075 Маркетинг		<b>Семестр</b>				
<b>Освітня програма</b>			«Маркетинг»		<b>Тип дисципліни</b>		ВИБІРКОВА		
<b>Обсяг:</b>	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:					Лабораторних занять	Самостійна підготовка
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять				
	3	90	18	-	18	-	54		

### АНОТАЦІЯ КУРСУ

#### Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	Дисципліна вільного вибору, рекомендована для здобувачів вищої освіти ОНР «Доктор філософії»
Освітні компоненти для яких є базовою	

**Мета курсу:** надати знання про перформанс-маркетинг, як маркетинг, спрямований на досягнення конкретних, вимірних бізнес-результатів

#### Компетентності відповідно до освітньої програми

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)	Hard-skills / Спеціальні компетентності (СК)
ЗК02. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.	СК03. Здатність застосовувати сучасні методи та інструменти маркетингу, цифрові технології, ресурси та економіко-математичні методи і моделі у науковій та педагогічній діяльності. СК07. Здатність до виявлення і формалізації закономірностей розвитку суб'єктів ринкових відносин на основі фундаментальних та прикладних досліджень, розроблення рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингових систем.

#### Програмні результати навчання (ПРН)

РН01. Мати передові концептуальні та методологічні знання з маркетингу і дотичних предметних галузей, а також дослідницькі навички, достатні для проведення наукових і прикладних досліджень на рівні останніх світових досягнень з відповідного напрямку, отримання нових знань та/або здійснення інновацій.
РН02. Розробляти та реалізовувати наукові та/або інноваційні проекти, які дають можливість переосмислити наявне та створити нове цілісне знання та/або професійну практику і розв'язувати значущі наукові та технологічні проблеми маркетингу з урахуванням соціальних, економічних та правових аспектів.
РН08. Застосовувати сучасні інструменти і технології пошуку, оброблення та аналізу інформації, зокрема методи аналізу даних великого обсягу та/або складної структури, спеціалізовані бази даних та інформаційні системи.

### ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми	Вид заняття	Оцінювання за тему	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
<b>Розділ 1 «Перформанс-маркетинг»</b>			
Тема 1. Теоретичні основи перформанс-маркетингу.			
<b>Знати:</b> основні поняття перформанс-маркетингу; принципи функціонування перформанс маркетингу			
<b>Вміти:</b> оперувати понятійно-категорійним апаратом перформанс маркетингу			

<p><b>Формування компетенцій:</b> ЗК02. СК03. СК07.  <b>Результати навчання:</b> РН01 РН02. РН08  <b>Рекомендовані джерела:</b> 1 – 12</p>			
<p><b>Заняття 1.1.</b> Перформанс-маркетинг (Performance Marketing / партнерський маркетинг / Affiliate маркетинг). Місце в системі цифрового маркетингу. Virізняльні характеристики. Основні завдання...</p>	<p>Лекція 1 2 год.</p>	-	<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p>
<p><b>Заняття 1.2.</b> Перформанс-маркетинг (Performance Marketing / партнерський маркетинг / Affiliate маркетинг). Місце в системі цифрового маркетингу. Virізняльні характеристики. Основні завдання...</p>	<p>Практичне заняття 1 2 год.</p>	3 бали	<p>Усне опитування, навчально-наукова дискусія</p>
<p><b>Тема 2. Взаємодія паблішерів і рекламодавців</b>  <b>Знати:</b> основні моделі оплати перформанс маркетингу ; особливості взаємодії паблішерів і рекламодавців  <b>Вміти:</b> ідентифікувати паблішерів і рекламодавців та застосовувати моделі оплати перформанс маркетингу  <b>Формування компетенцій:</b> ЗК02. СК03. СК07.  <b>Результати навчання:</b> РН01 РН02. РН08  <b>Рекомендовані джерела:</b> 1 – 12</p>			
<p><b>Заняття 2.1.</b> Основні моделі оплати. Ролі: рекламодавці, паблішери/вебмайстри (майданчики, кешбек-сервіси, групи в соцмережах, арбітражними та арбітражні команди), партнерські мережі. Взаємодія паблішерів і рекламодавців.</p>	<p>Лекція 2 2 год.</p>	-	<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p>
<p><b>Заняття 2.2.</b> Основні моделі оплати. Ролі: рекламодавці, паблішери/вебмайстри (майданчики, кешбек-сервіси, групи в соцмережах, арбітражними та арбітражні команди), партнерські мережі. Взаємодія паблішерів і рекламодавців.</p>	<p>Практичне заняття 3 2 год.</p>	3 бали	<p>Усне опитування, тестування, навчально-наукова дискусія</p>
<p><b>Тема 3. Етапи створення стратегії перформанс-маркетингу</b>  <b>Знати:</b> етапи створення перформанс-стратегій для бізнесу  <b>Вміти:</b> реалізовувати власні креативні ідеї, створюючи перформанс-стратегії і оперативні маркетингові плани їх реалізації  <b>Формування компетенцій:</b> ЗК02. СК03. СК07.  <b>Результати навчання:</b> РН01 РН02. РН08  <b>Рекомендовані джерела:</b> 1 – 12</p>			
<p><b>Заняття 3.1.</b> Етапи створення стратегії перформанс-маркетингу. Постановка цілей, аналітика, розроблення стратегії, складання медіа плану, оцінювання ефективності та оптимізація стратегії..</p>	<p>Лекція 3 2 год.</p>	-	<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p>
<p><b>Заняття 3.2.</b> Етапи створення стратегії перформанс-маркетингу. Постановка цілей, аналітика, розроблення стратегії, складання медіа плану, оцінювання ефективності та оптимізація стратегії.</p>	<p>Практичне заняття 5 2 год.</p>	3 бали	<p>Усне опитування, тестування, навчально-наукова дискусія</p>

<p><b>Тема 4. Канали просування перформанс-стратегії.</b>  <b>Знати:</b> характеристику основних каналів просування перформанс-стратегії.  <b>Вміти:</b> реалізовувати власні креативні ідеї, створюючи перформанс-стратегії і оперативні маркетингові плани їх реалізації  <b>Формування компетенцій:</b> ЗК02. СК03. СК07.  <b>Результати навчання:</b> РН01 РН02. РН08  <b>Рекомендовані джерела:</b> 1 – 12</p>			
<p><b>Заняття 4.1</b> Канали просування перформанс-стратегії (джерела трафіку): пошукова реклама, медійна реклама, Пошукове просування (SEO), Соціальний медіамакетинг (SMM), Партнерський маркетинг, Email-макетинг.</p>	Лекція 5 2 год.	-	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
<p><b>Заняття 4.2.</b> Канали просування перформанс-стратегії (джерела трафіку): пошукова реклама, медійна реклама, Пошукове просування (SEO), Соціальний медіамакетинг (SMM), Партнерський маркетинг, Email-макетинг</p>	Практичне заняття 6 2 год.	3 бали	Тренінг. Усне опитування, тестування, навчально-наукова дискусія
<b>Самостійна робота</b>			
Тема 1. Перформанс-макетинг	14 год.	3 бали	Реалізація проекту з розробки і втілення перформанс стратегії для обраної компанії/фірми. Робота над проектом охоплює такі етапи: постановка цілей, аналітика, власне розробка стратегії, формування медіаплану
Тема 2. Взаємодія паблішерів і рекламодавців.	12 год.	3 бали	
Тема 3. Етапи створення стратегії перформанс-макетингу	10 год.	3 бали	
Тема 4. Канали просування перформанс-стратегії	10 год.	3 бали	
<b>Розділ 2 «Оцінювання ефективності перформанс-стратегії»</b>			
<p><b>Тема 5. Оцінювання результативності реклами відповідно до поставлених цілей</b>  <b>Знати:</b> основні стадії оцінювання результативності реклами відповідно до поставлених цілей.  <b>Вміти:</b> оцінювати результативність реклами відповідно до поставлених цілей; застосовувати технологію SMART, відстежувати якості трафіку.  <b>Формування компетенцій:</b> ЗК02. СК03. СК07.  <b>Результати навчання:</b> РН01 РН02. РН08  <b>Рекомендовані джерела:</b> 1 – 12</p>			
<p><b>Заняття 5.1.</b> Оцінювання результативності реклами відповідно до поставлених цілей. Технологія SMART. Відстежування якості трафіку.</p>	Лекція 7 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
<p><b>Заняття 5.2.</b> Оцінювання результативності реклами відповідно до поставлених цілей. Технологія SMART. Відстежування якості трафіку.</p>	Практичне заняття 10 2 год.	3 бали	Усне опитування. Практичне заняття за ПК
<p><b>Тема 6. Оцінювання ефективності (КПІ).</b>  <b>Знати:</b> основні показники ефективності перформанс-стратегії  <b>Вміти:</b> оцінювати ефективність перформанс-стратегії.  <b>Формування компетенцій:</b> ЗК02. СК03. СК07.  <b>Результати навчання:</b> РН01 РН02. РН08</p>			

<b>Рекомендовані джерела:</b> 1 – 12			
<b>Заняття 6.1.</b> Оцінювання ефективності перформанс-стратегії. Основні показники ефективності (КПІ): ROI (return on investment), LTV (customer lifetime value), середній 4 2 10 чек, САС (customer acquisition cost), коефіцієнт конверсії, ARPU (average revenue per user). Наскрізна аналітика..	Лекція 9 2 год.		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
<b>Заняття 6.2.</b> Оцінювання ефективності (КПІ): ROI (return on investment), LTV (customer lifetime value), середній 4 2 10 чек, САС (customer acquisition cost), коефіцієнт конверсії, ARPU (average revenue per user). Наскрізна аналітика..	Практичне заняття 13 2 год.	4 бали	Усне опитування. Практичне заняття за ПК: 1.Принципи роботи з електронною бібліотекою ДУТ 2. Завдання з пошуку інформації в Інтернет за допомогою пошукових систем і реферативних баз даних 3 Навчально-наукова дискусія «Дотримання учасниками освітнього процесу етичних принципів академічної доброчесності та відповідальність за їх порушення»
<p>Тема 7. <b>Офери в перформанс-маркетингу</b></p> <p><b>Знати:</b> сутність офери в перформанс-маркетингу.</p> <p><b>Вміти:</b> обґрунтувати окремі положення та загальні висновки за результатами аналізу сформульованої гіпотези</p> <p><b>Формування компетенцій:</b> ЗК02. СК03. СК07.</p> <p><b>Результати навчання:</b> РН01 РН02. РН08</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> 1 – 12</p>			
<b>Заняття 7.1.</b> Офери в перформанс-маркетингу. Формулювання гіпотез. Тестування гіпотез. Аналіз результатів: релевантність і статистична значимість. Методи та інструменти тестування гіпотез.	Лекція 6 2 год.		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
<b>Заняття 7.2.</b> Офери в перформанс-маркетингу. Формулювання гіпотез. Тестування гіпотез. Аналіз результатів: релевантність і статистична значимість. Методи та інструменти тестування гіпотез	Практичне заняття 8 2 год.	3 бали	Усне опитування, навчально-наукова дискусія
<p>Тема 8 <b>Клієнтський досвід в системі перформанс-маркетингу.</b></p> <p><b>Знати:</b> сутність клієнтського досвіду (Customer Experience) в системі перформанс-маркетингу .</p> <p><b>Вміти:</b> управляти клієнтським досвідом; застосовувати JTBD-підхід.</p> <p><b>Формування компетенцій:</b> ЗК02. СК03. СК07.</p> <p><b>Результати навчання:</b> РН01 РН02. РН08</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> 1 – 12</p>			
<b>Заняття 8.2.</b> Клієнтський досвід (Customer Experience) в системі перформанс-маркетингу. Трансформація клієнтського досвіду. Диджиталізація клієнтського досвіду. Управління клієнтським досвідом. Емоційний сервіс. Взаємодія клієнтського досвіду та бізнес-показників. JTBD-підхід. Сервіс-дизайн	Практичне заняття 8 2 год.	3 бали	Усне опитування. Доповідь з презентацією за тематикою магістерської роботи

<b>Заняття 8.3.</b> Клієнтський досвід (Customer Experience) в системі перформанс-маркетингу. Трансформація клієнтського досвіду. Диджиталізація клієнтського досвіду. Управління клієнтським досвідом. Емоційний сервіс. Взаємодія клієнтського досвіду та бізнес-показників. JTBD-підхід. Сервіс-дизайн	Практичне заняття 9 2 год.	4 бали	Усне опитування. Доповідь з презентацією
<b>Самостійна робота</b>			
<b>Тема 5.</b> Оцінювання результативності реклами відповідно до поставлених цілей.	12 год.	3 бали	Реалізація проекту з розробки і втілення перформанс стратегії для обраної компанії/фірми
<b>Тема 6.</b> Оцінювання ефективності перформанс-маркетингу	10 год.	3 бали	
<b>Тема 7.</b> Офери в перформанс-маркетингу.	14 год.	3 бали	Робота над проектом охоплює такі етапи: оцінювання ефективності та оптимізація стратегії; вибір каналів просування перформанс-стратегії; оцінка її ефективності та підготовка звіту за проектом.
<b>Тема 8.</b> Клієнтський досвід в системі перформанс-маркетингу	14 год.	3 бали	
<b>МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Мультимедійний проектор;</li> <li>• Комп'ютерний клас для проведення практичних занять.</li> </ul>			
<b>ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Виноградова О.В., Дарчук В.Г., Єсмаханова А.У., Ігнатенко О.В., Ромащенко О.С.. «Методичні рекомендації для вивчення дисципліни «Організація проведення наукових досліджень у маркетингу»». 2023. 54 с. <a href="https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2294/view/110">https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2294/view/110</a></li> <li>2. Affiliate маркетинг: фахівці на партнерці зароблять більше \$2 млн на Всесвітньому дні шопінгу в 2021. URL: <a href="https://marketer.ua/ua/affiliatemarketing-at-world-shopping-day-2021/">https://marketer.ua/ua/affiliatemarketing-at-world-shopping-day-2021/</a></li> <li>3. Вествуд Дж. Як скласти маркетинговий план / пер. з англ. І. Семенюк. Х.: Ранок; Фабула, 2020. 176 с.</li> <li>4. Гейміфікація у бізнесі: основні техніки та приклади використання. URL: <a href="https://bazilik.media/hejmifikatsiia-u-biznesi-osnovni-tekhniki-ta-rykladyvykorystannia/">https://bazilik.media/hejmifikatsiia-u-biznesi-osnovni-tekhniki-ta-rykladyvykorystannia/</a></li> <li>5. Доступно про партнерський маркетинг. URL: <a href="https://tradetracker.com/ua/about-affiliate-marketing/">https://tradetracker.com/ua/about-affiliate-marketing/</a></li> <li>6. Котлер Ф., Катарджай Г., Сетьяван І. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. Київ: КМ-БУКС, 2019. 224 с.</li> <li>7. Роулз Деніел. Цифровий брендинг: Повне покрокове керівництво зі стратегії, тактики, інструментів та вимірювань. Київ: Фабула, 2021. 256 с.</li> <li>8. Філановський О. Гра в бренди / Олексій Філановський. Київ: Наш формат, 2019. 176 с.</li> <li>9. Щербаков С. Таргетована реклама в соціальних мережах: просто в яблучко. Отримуйте більше клієнтів із Facebook та Instagram / Сергій Щербаков. Харків: Фоліо, 2018.</li> <li>10. Що таке performance-маркетинг і куди подівся звичайний? URL: <a href="https://webpromo.ua/ua/blog/what-is-performance-marketing/">https://webpromo.ua/ua/blog/what-is-performance-marketing/</a></li> <li>11. Що таке партнерський маркетинг? URL: <a href="https://business.tutsplus.com/uk/tutorials/what-is-affiliate-marketing--cms-26054">https://business.tutsplus.com/uk/tutorials/what-is-affiliate-marketing--cms-26054</a></li> <li>12. Як працює performance marketing. URL: <a href="https://wezom.com.ua/ua/blog/performance-marketing">https://wezom.com.ua/ua/blog/performance-marketing</a></li> </ol>			
<b>ПОЛІТИКА КУРСУ («ПРАВИЛА ГРИ»)</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу.</li> <li>• 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.</li> <li>• Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.</li> </ul>			

- 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](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](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 «Групова динаміка та комунікації»

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.

Оцінювання студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою і складається із двох основних оцінкових блоків і розподіляється в певних пропорціях

70 (бали напрацьовані під час вивчення дисципліни – Поточний контроль),

30 (підсумкове оцінювання - Залік):

Форми контролю	Види навчальної роботи	Оцінювання
<b>ПОТОЧНИЙ КONTРоль</b>	<i>Робота на заняттях, у т.ч.:</i>	
	• Виконання практичних робіт	52 бали
	• Самостійна робота	18 балів
<b>Підсумкове оцінювання Залік</b>	Залік проходить у письмовій формі.	30 балів

	Додаткова оцінка	Оцінювання
<b>Види навчальної роботи</b>		
Участь у наукових конференціях, підготовка наукових публікацій за тематикою освітньої компоненти:		
Тези доповіді на фаховій конференції		3 бали
Стаття у фаховому виданні		5 балів
Стаття в іноземному рецензованому виданні		10 балів
<b>Максимальна кількість додаткових балів, які можуть бути зараховані здобувачу освіти - 10 балів</b>		

<b>ПІДСУМКОВА ОЦІНКА ЗА ДИСЦИПЛІНУ</b>			
<b>бали</b>	<b>Критерії оцінювання</b>	<b>Рівень компетентності</b>	<b>Оцінка /затис в екзаменаційній відомості</b>
<b>90-100</b>	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 стосуються 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.	<b>Високий</b> 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)
<b>82-89</b>	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. 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.	<b>Достатній</b> 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)
<b>75-81</b>	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.	<b>Достатній</b> Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	Добре / Зараховано (С)
<b>64-74</b>	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.	<b>Середній</b> Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни	Задовільно / Зараховано (D)
<b>60-63</b>	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.	<b>Середній</b> Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни	Задовільно / Зараховано (E)
<b>3-5</b>	Студент може відтворити окремі фрагменти з курсу.	<b>Низький</b>	Незадовільно з можливістю

	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.	Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни	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.	<b>Незадовільний</b> 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