

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ (SMM-маркетинг)»

Лектор курсу		Снітко Артем Сергійович, старший викладач кафедри маркетингу		Контактна інформація лектора (e-mail), посилання в GWE		e-mail: a.snitko@duikt.edu.ua ; посилання в GWE – https://classroom.google.com/c/NzA4MjcyNzE5NjI5?cjc=7i3xs5n	
Галузь знань		07 <i>Управління та адміністрування</i>		Рівень вищої освіти		бакалавр	
Спеціальність		075 Маркетинг		Семестр		3	
Освітня програма		Маркетинг		Тип дисципліни		Вибіркова	
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:				
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка
	4	120	18	-	18	-	84
АНОТАЦІЯ КУРСУ							
Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі							
Освітні компоненти, які передують вивченню		Маркетинг (4), Інформаційні системи і технології в маркетингу (4), Електронний бізнес (4)					
Освітні компоненти для яких є базовою		Digital-маркетинг (4), Управління продажами (4), Поведінка споживачів (4)					
Мета курсу:	формування у студентів загальних і професійних компетентностей з використання SMM-маркетингу як інструмента просування бізнесу у соціальних мережах						
Компетентності відповідно до освітньої програми							
Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)			Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетенції (ПП)				
ЗК8 Здатність до проведення досліджень, пошуку, оброблення та аналізу інформації на достатньо високому рівні. ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій, пакетів прикладних програм, економіко-математичних методів та моделей. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.			ПП 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності ПП 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності ПП 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності ПП 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків ПП 17 Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.				
Програмні результати навчання (ПРН)							
ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПРН 15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості ПРН 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.							

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми	Вид заняття	Оцінювання за тему	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
Розділ 1 «ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ, ЦІЛІ, СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ»			
Тема 1. Особливості маркетингу в соціальних мережах			
<u>Знати:</u> сутність, принципи, цілі, особливості маркетингу у соціальних мережах, функції соціальних мереж			
<u>Вміти:</u> користуватись соціальними мережами в інтересах бізнесу, вести маркетингову діяльність в соціальних мережах			
<u>Формування компетенцій:</u> ЗК 8, ЗК 9, ЗК 14			
<u>Результати навчання:</u> ПРН 1, ПРН 12, ПРН 17			
<u>Рекомендовані джерела:</u> 1-12			
Заняття 1.1. Сутність, принципи, цілі, особливості маркетингу в соціальних мережах	Лекція 1 2 год.	-	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
Заняття 1.2. Історія появи соціальних мереж. Функції. Популярні соціальні мережі світу. Переваги майданчиків в соціальних мережах. Способи монетизації в соцмережах.	Практичне заняття 1 2 год.	4 бали	Усне опитування, навчальна дискусія на теми: 1. Історія появи, наш досвід використання соціальних мереж. 2. Як соціальні мережі впливають на наше життя. 3. Функції соціальних мереж. 4. Рейтинги найбільших соціальних мереж в світі і Україні. 5. Чому саме такий рейтинг найбільш популярних соціальних мереж в Україні? 6. Майданчики в соціальних мережах: перспективи для просування бізнесу. 7. Процес і способи монетизації соціальних мереж. Доповіді-презентації «Тенденції розвитку соціальних мереж», «Статистика використання соціальних мереж в світі і Україні».
Тема 2. Соціальні мережі в структурі сучасного суспільства			
<u>Знати:</u> види, специфіку соціальних мереж, переваги спілкування і бізнесу в соціальних мережах			
<u>Вміти:</u> вибирати майданчики в соціальних мережах для просування бізнесу, на яких сконцентровані потенційні клієнти			
<u>Формування компетенцій:</u> ЗК 8, ЗК 9, ЗК 14, ПП 6, ПП 11			
<u>Результати навчання:</u> ПРН 1, ПРН 12, ПРН 17			
<u>Рекомендовані джерела:</u> 1-12			
Заняття 2.1. Соціальні мережі в структурі сучасного суспільства	Лекція 2	-	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
Заняття 2.2. Види (типи) соціальних мереж та їх особливості. Роль соціальних мереж для просування бізнесу	Практичне заняття 3 2 год.	4 бали	Опитування, навчальна дискусія на теми: 1. Основні функції, ролі, значення соціальних мереж в суспільстві. 2. Види соціальних мереж, класифікація. 3. Особливості української аудиторії соціальних мереж. Доповіді з презентаціями на тему особливостей популярних соціальних мереж-світових лідерів. Практичні кейси, ситуаційні вправи з використання соціальних мереж для просування бізнесу, доповіді за вибраною соціальною мережею.
Тема 3. Маркетингова стратегія соціальних мереж			
<u>Знати:</u> всі можливі види та методи маркетингового просування в соціальних мережах			
<u>Вміти:</u> розробляти стратегію просування товару, підприємства в соціальних мережах			
<u>Формування компетенцій:</u> ЗК 8, ЗК 9, ЗК 14, ПП 6, ПП 8, ПП 10, ПП 11			
<u>Результати навчання:</u> ПРН 1, ПРН 8, ПРН 12, ПРН 15			
<u>Рекомендовані джерела:</u> 1-12			
Заняття 3.1. Маркетингова стратегія соціальних мереж	Лекція 3	-	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів

Заняття 3.2. Маркетинг у соціальних мережах як складова маркетингової стратегії підприємства. Огляд всіх можливих видів та методів просування товарів і підприємства в соціальних мережах. Інструменти просування	Практичне заняття 5 2 год.	4 бали	Опитування, навчальна дискусія, ситуаційні завдання на просування товару в соціальних мережах, доповіді з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Ситуаційні завдання на просування нового товару в соціальних мережах. Тестування.
Тема 4. Особливості створення контенту для соціальних мереж Знати: види контенту, правила створення, особливості, які необхідно враховувати при складанні контент-плану для різних видів бізнесу Вміти: створювати контент, складати контент-план для різних видів соціальних мереж Формування компетенцій: ЗК 8, ЗК 9, ЗК 14, ПП 6, ПП 8, ПП 10, ПП 11 Результати навчання: ПРН 1, ПРН 8, ПРН 12, ПРН 15, ПРН 17 Рекомендовані джерела: 1-12			
Заняття 4.1. Особливості контенту в соціальних мережах	Лекція 4	-	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
Заняття 4.2. Контент у соціальних мережах: види і форми. Створення контент-плану. Психологія контенту	Практичне заняття 7 2 год.	4 бали	Опитування, доповідь «Тренди в контенті в поточному році», навчальна дискусія, доповідь зі створеним контент-планом
Тема 5. Соціальний копірайтинг та особливості написання текстів для соціальних мереж Знати: особливості та правила написання постів у соціальних мережах Вміти: писати рекламні тексти, які стимулюють купити товар, послугу чи ідею Формування компетенцій: ЗК 8, ЗК 9, ЗК 14, ПП 6, ПП 8, ПП 10, ПП 11 Результати навчання: ПРН 1, ПРН 8, ПРН 12, ПРН 15, ПРН 17 Рекомендовані джерела: 1-9			
Заняття 5.1. Визначення та особливості SMM-копірайтингу	Лекція 5	-	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
Заняття 5.2. Структура ефективних текстів. Особливості копірайтингу для ефективного просування бізнесу	Практичне заняття 9 2 год.	4 бали	Усне опитування, створення прикладів рекламних текстів, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Модульний контроль № 1 «ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ, ЦІЛІ, СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ»
Самостійна робота			
Тема 1. Особливості маркетингу в соціальних мережах	8	2 бали	Описати і обґрунтувати: 1. Сутність і декілька значень поняття «соціальна мережа» у понятійно-категоріальному апараті. 2. Різновиди соціальних мереж за ступенем відкритості, за спрямованістю. 3. Історія, передумови появи соціальних мереж. 4. Нові тенденції розвитку соціальних мереж, пов'язані з розвитком сучасних інформаційних технологій. 5. Функції соціальних мереж під час війни в Україні. 6. Тенденції розвитку соціальних мереж. 7. Статистика використання соціальних мереж в світі і Україні. 8. Перспективи соціальних мереж для продажу продукції. 9. Способи монетизації соціальних мереж.
Тема 2. Соціальні мережі в структурі сучасного суспільства	8	2 бали	Описати і обґрунтувати: 1. Рейтинг найбільш популярних соціальних мереж в Україні. 2. Рейтинг найбільш популярних соціальних мереж в світі. 3. Як використовуються соціальні мережі у маркетингових стратегіях підприємств. 4. Найкращі приклади використання соціальних мереж в Україні.

Тема 3. Маркетингова стратегія соціальних мереж	8	2 бали	Подивитись відео «Структура ефективної SMM-стратегії» https://www.youtube.com/watch?v=nqFozugG3B8 Описати і обґрунтувати: 1. Як побудувати SMM-стратегію? 2. Основні етапи, алгоритм розробки SMM стратегії. 3. Підготувати план просування нового товару в соціальних мережах.
Тема 4. Особливості створення контенту для соціальних мереж	8	2 бали	Описати і обґрунтувати: 1. Типи контенту в соціальних мережах. 2. Формати контенту. 3. Який контент необхідний для генерації трафіку на сайт? 4. Тенденції, тренди контенту для Instagram. 5. Сервіси для роботи з контентом. 6. Штучний інтелект як інструмент підготовки контенту для соціальних мереж. 7. Топ-10 SMM-планерів для автопостингу в соцмережах.
Тема 5. Соціальний копірайтинг та особливості написання текстів для соціальних мереж	8	4 бали	Описати і обґрунтувати: 1. Формули для рекламних текстів, моделі копірайтингу. 2. Як створити комерційну пропозицію. 3. Як придумати заголовок. Формула 4U. 4. Як скласти аватар клієнта – читача. 5. Якими показниками оцінюється ефективність роботи у соціальних мережах? Скласти таблицю показників.
Розділ 2 «ВИВЧЕННЯ РЕКЛАМНОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ ПОПУЛЯРНИХ СОЦМЕРЕЖ: FACEBOOK, INSTAGRAM, ОСОБЛИВОСТІ КОНТЕНТУ, ПРОСУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ SMM»			
Тема 6. Характеристика та особливості просування у Facebook			
Знати: специфіку, правила роботи, способи просування компанії в соціальній мережі Facebook			
Вміти: створювати і розвивати профіль та групи компанії в Facebook			
Формування компетенцій: ЗК 8, ЗК 9, ЗК 14, ПП 6, ПП 8, ПП 10, ПП 11			
Результати навчання: ПРН 1, ПРН 8, ПРН 12, ПРН 13, ПРН 15, ПРН 17			
Рекомендовані джерела: 1-12			
Заняття 6.1. Просування у Facebook	Лекція 6		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
Заняття 6.2. Просування сайтів і рекламування товарів за допомогою Facebook. Особливості створення та просування груп та спільнот в Facebook	Практичне заняття 11 2 год.	5 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, доповіді з презентацією «Створення бізнес-сторінки в Facebook», «Як створити рекламу в facebook та відстежити ефективність», «Інструмент Facebook Ads Manager: можливості», «Як продавати товар через Фейсбук? Платформа Facebook Marketplace», демонстрація створених сторінок в Facebook
Тема 7. Стратегія просування та реклама в Instagram			
Знати: способи просування компанії в соціальній мережі Instagram			
Вміти: розробляти стратегії просування продукції і послуг підприємства в Instagram			
Формування компетенцій: ЗК 8, ЗК 9, ЗК 14, ПП 6, ПП 8, ПП 10, ПП 11, ПП 17			
Результати навчання: ПРН 7, ПРН 8, ПРН 12, ПРН 16			
Рекомендовані джерела: 1-12			
Заняття 7.1. Стратегія SMM-просування в Instagram	Лекція 7		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів

Заняття 7.2. Види акаунтів в інстаграм та їх оформлення. Контент в Instagram. Комплекс заходів, спрямованих на збільшення популярності сайту серед представників цільової аудиторії в Instagram. Рекламні інструменти Instagram	Практичне заняття 13 2 год.	5 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни, створення прикладів оформлення сторінки Instagram. Створення рекламної кампанії в соціальній мережі Instagram
Тема 8. <i>LinkedIn і Twitter як інструмент просування бізнесу</i> Знати: способи просування компанії в соціальних мережах LinkedIn і Twitter Вміти: розробляти стратегії просування в LinkedIn і Twitter Формування компетенцій: ЗК 8, ЗК 9, ЗК 14, ПП 6, ПП 8, ПП 10, ПП 11, ПП 17 Результати навчання: ПРН 1, ПРН 8, ПРН 12, ПРН 13, ПРН 15, ПРН 17 Рекомендовані джерела: 1-10			
Заняття 8.1. LinkedIn і Twitter як інструменти просування бізнесу	Лекція 8	-	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
Заняття 8.2. Особливості створення акаунту корпоративної сторінки та правила успішного просування в LinkedIn. Використання Twitter (X) для ефективного просування бізнесу	Практичне заняття 15 2 год.	5 бали	Усне опитування, доповідь з презентацією «Просування товарів та послуг, пошук інвесторів та партнерів через LinkedIn». доповіді: «Український Twitter: що, для кого і чи варто туди заходити?», «Стратегія просування бізнесу у Twitter». Тестування.
Тема 9. <i>Ефективність роботи в соціальних мережах</i> Знати: методи, ключові показники визначення ефективності роботи в соціальних мережах Вміти: розраховувати, визначати, аналізувати показники ефективності роботи в соціальних мережах Формування компетенцій: ЗК 8, ЗК 9, ЗК 14, ПП 6, ПП 8, ПП 10, ПП 11 Результати навчання: ПРН 1, ПРН 8, ПРН 12, ПРН 13, ПРН 15, ПРН 17 Рекомендовані джерела: 1-10			
Заняття 9.1. Ефективність роботи в соціальних мережах	Лекція 9	-	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
Заняття 9.2. Налаштування і супровід рекламних кампаній, постійна робота з аудиторією Показники ефективності SMM діяльності. Оцінка ефективності SMM з позиції залучення активності ЦА	Практичне заняття 17 2 год.	5 балів	Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Тестування. Презентація домашнього завдання: таблиці показників ефективності роботи в соціальних мережах. Модульний контроль № 2 «ВІВЧЕННЯ РЕКЛАМНОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ ПОПУЛЯРНИХ СОЦМЕРЕЖ: FACEBOOK, INSTAGRAM, ОСОБЛИВОСТІ КОНТЕНТУ, ПРОСУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ SMM»
Самостійна робота			
Тема 6. Характеристика та особливості просування в Facebook	12	2 бали	Описати: 1. Створення бізнес-сторінки в Facebook. 2. Як створити рекламу в facebook та відстежити ефективність. 3. Можливості інструменту Facebook Ads Manager. 4. Продаж товару через Facebook: платформа Facebook Marketplace. 5. Як створити ефективну контент-стратегію для просування у Фейсбук? Створити бізнес-сторінку в Facebook. Створення рекламної кампанії в соціальній мережі Facebook.
Тема 7. Стратегія просування та реклама в Instagram	12	2 бали	Подивитись відео: 1. Кейс зі створення SMM-стратегії просування в Інстаграм для бренду одягу Deps https://www.youtube.com/watch?v=h7x4TSeBPGw 2. Створення візуальної стратегії для Instagram https://www.youtube.com/watch?v=ut3Sd3LY6bE

			<p>Описати:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Створення воронки продаж в Instagram 2. Варіанти Insta-реклами: <ul style="list-style-type: none"> - чорний (штучна «накрутка» користувачів); - білий («природна» популяризація бренду). 3. «Сірі» методи просування: маслайкінг та масфоловінг. 4. Таргетована реклама в Instagram: як налаштувати її правильно. 5. Як правильно оформити сторінку в Instagram: інструкція для SMM-спеціалістів.
Тема 8. LinkedIn і Twitter (X) як інструмент просування бізнесу	10	2 бали	<p>Описати:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.10 правил успішного просування компанії в LinkedIn. 2. Просування товарів та послуг, пошук інвесторів та партнерів через LinkedIn. 3. Стратегія просування профілю в LinkedIn: методи розкрутки 4. Український Twitter: що, для кого і чи варто туди заходити? <p>Прочитати:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Інструкцію з створення сторінки організації в LinkedIn: https://www.linkedin.com/help/linkedin/answer/a799279/-linkedin?lang=uk 2. Twitter Ads: що це таке і як створити першу кампанію https://netpeak.net/uk/blog/twitter-ads-shcho-tse-take-i-yak-stvoriti-pershu-kampaniyu/ 3. Формати контенту в Twitter, які допоможуть у просуванні бренду https://web-promo.ua/ua/blog/formati-kontentu-v-twitter-yaki-dopomozhut-u-prosuvanni-brendu/
Тема 9. Ефективність роботи в соціальних мережах	10	2 бали	<p>Прочитати статті:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ефективність в соціальних мережах – 12 ключових показників https://ours.agency/12-klyuchovih-pokaznikiv-efektivnosti-v-sotsialnih-merezhah/ 2. KPI в SMM: оцінка ефективності просування у соціальних мережах, як правильно ставити та оцінювати https://wizeclub.education/blog/kpi-v-smm-otsinka-efektivnosti-prosuvannya-u-sotsialnih-merezhah-yak-pravilno-staviti-ta-otsinyuvati/ <p>Скласти таблицю показників ефективності роботи в соціальних мережах.</p>

МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

- Мультимедійний проектор;
- Комп'ютерний клас для проведення практичних занять.
- Облікові записи Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter (X).

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Виноградова О. В., Недопако Н.М. Маркетинг у соціальних мережах. *Навчальний посібник*. Київ: ДУТ, 2022. 202 с. https://duikt.edu.ua/uploads/1_2239_36285110.pdf
2. Гвоздева А. А., Філіна О. В. Фейсбук та інстаграм. Від створення сторінки до розвиненої спільноти за 30 днів *Книга-тренінг*. Київ, Міжнародний фонд соціальної адаптації, 2021, 292 с. https://duikt.edu.ua/uploads/1_2255_29401963.pdf
3. Гвоздева А.А., Філіна О. В. Реклама у фейсбуку та інстаграмі. *Книга-інструкція* з налаштування рекламних кампаній та керування ними. Київ, ТОВ «Гнозіс», 2021, 110 с. https://duikt.edu.ua/uploads/1_2254_12113082.pdf
4. Використання соціальних мереж. *Посібник з питань використання соціальних мереж*, розроблений Департаментом преси і публічної інформації Консультативної місії ЄС в Україні, Київ, EUAM Ukraine, 2020, 156 с. https://duikt.edu.ua/uploads/1_2221_75204611.pdf
5. Швидка SMM-допомога : як використовувати соціальні мережі для розвитку організації та особистого бренду? ТОП 12 порад від експертів: навч. посіб. / Л. Гуляєва та ін. ; за заг. ред. Л. Гуляєвої. Київ : АПСВТ, 2021. 30 с. https://duikt.edu.ua/uploads/1_2222_13241729.pdf

6. Виноградова О.В., Дрокіна Н.І. Електронний бізнес. *Навчальний посібник*. Київ: ДУТ, 2018, 292 с. <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/743/view/1477>
7. Недопако Н.М. Інструменти цифрового маркетингу: теоретичний аспект. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*, 2020, №2, с. 43-48.
8. Недопако Н.М. Маркетинг в соціальних мережах як ефективний інструмент діяльності підприємства. *Міжнар. наук. журнал "Інтернаука"*, 2020, №18, с.24-28.
9. Майкл Стелзнер Контент-маркетинг. Нові методи залучення клієнтів в епоху Інтернету. 163 с. https://duikt.edu.ua/uploads/1_2255_38928017.pdf
10. SMM Panorama. Social media marketing tricks & hacks. https://duikt.edu.ua/uploads/1_2001_95505200.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.
- 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» 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

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.

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

- Виконання практичних робіт 40 балів
- Самостійна робота 20 балів

Форми контролю	Види навчальної роботи	Оцінювання
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ	<i>Робота на заняттях, у т.ч.:</i>	
	• Виконання практичних робіт	40 балів
	• Самостійна робота	20 балів
ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ <i>Залік</i>	Залік 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		3 бали
Стаття у фаховому виданні		5 балів
Стаття в іноземному рецензованому виданні		10 балів
Максимальна кількість додаткових балів, які можуть бути зараховані здобувачу освіти - 10 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	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	Відмінно / Зараховано (А)

	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.	вивчається.	
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 незначною. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, дає вичерпні пояснення.	Достатній Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни	Добре / Зараховано (B)
75-81	Студент в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає 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 відсутня.	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