

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «КОНТЕНТ - МАРКЕТИНГ»

Лектор курсу			Ігнатенко Ольга Василівна, кандидат психологічних наук, доцент кафедри маркетингу		Контактна інформація лектора (e-mail), посилання в GWE		e-mail: lhnatenko.marketer@gmail.com; Посилання в GWE – https://meet.google.com/edu-ctvo-ois	
Галузь знань			07 <i>Управління та адміністрування</i>		Рівень вищої освіти		бакалавр	
Спеціальність			075 Маркетинг		Семестр		--	
Освітня програма			«Маркетинг»		Тип дисципліни		вільного вибору студента	
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:					
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка	
	5	150	18	-	36	-	96	

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	Дисципліна вільного вибору, рекомендовані для здобувачів вищої освіти освітнього рівня «Бакалавр»
Освітні компоненти для яких є базовою	

Мета курсу: надання студентам знань з історії та сутності контент-маркетингу; розуміння основних інструментів, методів та каналів контент-маркетингу, його етапів і стратегій, ефективності та технологій; формування практичних навичок щодо застосування інструментів, методів, технологій та каналів контент-маркетингу у практичній діяльності

Компетентності відповідно до освітньої програми

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)	Hard-skills / Спеціальні компетентності (СК)
<p>ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК 4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями, генерувати нові ідеї.</p> <p>ЗК 8. Здатність до проведення досліджень, пошуку, оброблення та аналізу інформації на достатньо високому рівні.</p> <p>ЗК 14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>	<p>ПП 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>ПП 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>ПП 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p>

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
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ОСНОВНІ СКЛАДОВІ КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГУ			
<p>Тема 1. Історія та сутність контент-маркетингу Знати: поняття та структуру контент маркетингу; історію створення та формування популярності контент маркетингу,, поняття та цілі контент-маркетингу роботу в команді; основні положення та інструментарій Тайм-менеджменту. Вміти: застосовувати сучасні підходи до створення текстового та відео контенту, наводити приклади застосування контент маркетингу, аналізувати ефективний та неефективний контент та підраховувати конверсію по застосованим каналам. Створювати та просувати текстовий та відеоконтент. Формування компетенцій: ЗК3 ЗК 4, ЗК 14 Результати навчання: ПРН 8, ПРН 12, ПРН 13 Рекомендовані джерела: 1, 2, 3, 11, 12, 14, 17</p>			
Заняття 1.1. Поняття та структура контент маркетингу.	Лекція 1 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
Заняття 1.2. Історія створення контент маркетингу, основні поняття та цілі контент маркетингу	Практичне заняття 1 2 год.	4 бали	Усне опитування, тренінг з написання текстового та відеоконтенту. Аналіз відзнятого відео для різних інформаційних платформ, особливості подачі інформації на різних ресурсах. Обговорення.
Заняття 1.3. Основні положення та інструментарій контент-маркетингу.	Практичне заняття 2 2 год.	4 бали	Усне опитування, визначення цільової аудиторії, особливості створення відеоконтенту та текстового наповнення для різних ЦА. Особливості подачі матеріалу різних цінкових сегментів. Аналіз відеоконтенту. Формалізована фокус-група.
<p>Тема 2. Основні інструменти, методи та канали контент-маркетингу Знати: основні інструменти контент маркетингу, методологія контент маркетингу, популярні канали контент маркетингу, основні тренди в контент маркетинзі. Особливості застосування та просування контенту на різних ринках. Вміти: використовувати різні методи та інструментарій контент маркетингу, аналізувати просування та привернення уваги ЦА та утримання клієнтської бази. Формування компетенцій: ЗК 3, ЗК 4. ЗК 8. ЗК 14. ПП 3. ПП 5. ПП 10. Результати навчання: ; ПРН 8, ПРН 12, ПРН 13 Рекомендовані джерела: 1, 2, 4, 14</p>			
Заняття 2.1. Причини, чинники впливу контенту на своживача, Поняття про відео, аудіо, контент ра розміщення його на різних платформах.	Лекція 2 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів Перелік Топ 5 платформ сьогодення, які займаються продажами.
Заняття 2.2. Основні інструменти контент-маркетингу Методи контент-маркетингу Популярні канали контент-маркетингу	Лекція 3 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів Відео курс Академії цитрус від практиків по створенню відеоконтента. Розбір відмінностей для різних платформ Facebook. YouTube. Twitter.Instagram..TikTok. Linkedin. Telegram..
Заняття 2.3. Основні інструменти контент-маркетингу Відмінності різного відео та аудіо контенту. Текстовий контент з Hook та Beng. Особливості та ознаки привернення уваги. Аналіз ринку.	Практичне заняття 3 2 год.	4 бали	Аналіз відзнятого відеоконтенту для платформ Facebook, Instagram.Усне опитування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
Заняття 2.4. Основні інструменти контент-маркетингу Методи контент-маркетингу Популярні канали контент-маркетингу	Практичне заняття 4 2 год.	4 бали	Усне опитування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни Тренди контент-маркетингу 2024 🏆 AI інструмент,

			 Подкасти.  SEO.  Мемчики  Короткі відео.  «Гачки».  Відеоконтент (загальний та по платформам)  UGC.
Тема 3. Етапи контент-маркетингу Різні підходи до формування етапів контент-маркетингу. Особливості проходження етапів контент-маркетингу. Поради щодо проходження етапів контент-маркетингу. Знати: значення відео, аудіо, текстового контенту в інформаційному просторі. Мотиви, способи, механізми користування (з позиції маркетолога) та сприйняття з позиції) споживача контенту; напрями використання трендів контент маркетингу 2024, складові сучасного професійного фахівця з контент маркетингу. Вміти: застосовувати методики розробки різного контенту, розвивати та підтримувати прагнення постійного розвитку у виробництві та просуванні контенту. здійснювати комплексні заходи щодо контент-маркетингу. Формування компетенцій: ЗК3 ЗК 4, ЗК 14 Результати навчання: ПРН 8, ПРН 12, ПРН 13 Рекомендовані джерела: 1, 2, 3, 11, 12, 14, 17			
Заняття 3.1. Різні підходи до формування етапів контент-маркетингу. Особливості проходження етапів контент-маркетингу. Поради щодо проходження етапів контент-маркетингу	Лекція 4 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів. Відео-контент від практиків з позитивним та негативним досвідом створення контенту. Аналіз.
Заняття 3.2. Різні підходи до формування етапів контент-маркетингу. Особливості проходження етапів контент-маркетингу. Поради щодо проходження етапів контент-маркетингу	Практичне заняття 5 2 год.	6 бали	Усне опитування. Тренінг з лончування продуктів з різних ринків , аналіз контент-стратегій різних компаній. Розгляд етапів стратегій лідерів ринку.
Самостійна робота			
Тема 1. Історія та сутність контент-маркетингу	10	2 бали	Вправа «Історії трансформації контенту в цифровому та суспільному середовищі.» (зробити презентацію): Описати трансформацію Дізнатися про сторі. та сутність контент-маркетингу/ Описати трансформацію та антологію влучного контент в різні історичні періоди.
Тема 2. Основні інструменти, методи та канали контент-маркетингу	10	2 бали	Описати методи та канали контент-маркетингу Обґрунтувати засоби та існуючі сучасні інструменту створення контенту. Проаналізувати існуючі канали та особливості просування по кожному з них. Facebook. YouTube. Twitter.Instagram..TikTok. Linkedin. Telegram.
Тема 3. Етапи контент-маркетингу	10	2 бали	Обґрунтувати етапи контент маркетингу відомих торгових марок та брендів (в рамках одного портфелю з різною стратегією) Описати переваги та недоліки контент маркетингу різних продуктів на запропонованих ринків.

МОДУЛЬ 2. ПРАКТИЧНІ ЗАСАДИ КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГУ

Тема 4. Стратегії контент-маркетингу

Знати: складові Стратегії контент-маркетингу та потенціалу організації.; типи взаємодії та компоненти контентів різних типів.

Вміти: аналізувати та застосовувати стратегії контент маркетингу, особливості різних стратегій.; формувати та реалізовувати стратегії контент-маркетингу у взаємодії з продакт менеджерами або аналізувати інформацію про продукт та конкурентів, використання інформації про продукт для контент маркетингу.

Формування компетенцій: ЗК 3, ЗК 4. ЗК 8. ЗК 14. ПП 3. ПП 5. ПП 10.

Результати навчання: ПРН 12, ПРН 14

Рекомендовані джерела: 1, 2, 6, 11, 12, 13, 14

Заняття 4.1.

Стратегії контент-маркетингу
Необхідність стратегії контент-маркетингу.
Актуалізація аналізу стратегій конкурентів.

Лекція 5
2 год.

Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів

Заняття 4.2.

Особливості різних стратегій контент-маркетингу.
Як сформувані ефективну стратегію контент-маркетингу.

Практичне
заняття 6
2 год.

6 бали

Усне опитування. Тренінг з розгляду виводу на ринок конкретних товарів та послуг з різних ринків. Ділова гра «Вибір стратегії». Аналіз та зворотній зв'язок від групи. Доповіді від груп.

Тема 5 Ефективність контент-маркетингу

Знати: сутність і види міжособистісних стосунків; критерії міжособистісної сумісності; сутність, типи, стадії протікання конфлікту; причини виникнення конфліктних ситуацій; симптоми і тактики конфлікту, чинники, що впливають на хід конфлікту; шляхи запобігання та вирішення конфліктів.

Вміти: вирішувати суперечки в групах; проявляти стійкість та готовність до конфліктів в професійних комунікаціях; формувати стратегію поведінки у конфліктних ситуаціях; залагоджувати конфліктні ситуації та запобігати їхньому виникненню

Формування компетенцій: ЗК 3, ЗК 4. ЗК 8. ЗК 14. ПП 3. ПП 5. ПП 10.

Результати навчання: ; ПРН 8, ПРН 12, ПРН 13

Рекомендовані джерела: 1-14

Заняття 5.1. Переваги та недоліки контент-маркетингу
Поняття цільової аудиторії та точки «нужди для неї».
Ознаки «працюючого контенту». Шляхи вирішення і ліквідації визначених недоліків контент-маркетингу

Лекція 6
2 год.

Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів

Заняття 5.2. Вимірювання ефективності
Метрики ефективності контент-маркетингу.

Практичне
заняття 7
2 год.

6 бали

Тренінг «Метрики для контент менеджера».(вимірювання ефективності та впливу на ЦА) демонструє загальні положення, що застосовуються сучасними маркетологами-практиками. Допомагає студентам розуміти, який саме діагностуючий та контролюючий інструментарій використовувати.

Тема 6.Технології контент-маркетингу

Знати: поняття, види технології контент-маркетингу, особливості різних технологій.

Вміти: оптимізувати процеси та використовувати технології контент-маркетингу, виробляти PR стратегію для ЦА. Працювати в SCRAM та використовувати різну інформацію про продукт, взаємодіяти при роботі над стартапами

Формування компетенцій: ЗК 3, ЗК 4. ЗК 8. ЗК 14. ПП 3. ПП 5. ПП 10.

Результати навчання: ПРН 8, ПРН 12, ПРН 13

Рекомендовані джерела: 1, 2, 3, 11, 12, 14, 17, 18, 19

Заняття 6.1. Контент-маркетинг для стартапів	Лекція 7 2 год.		Лекція-візуалізація, аналіз контенту для стартапів, експрес-опитування студентів
Заняття 6.2. Контент-маркетинг та PR	Лекція 8 2 год.		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
Заняття 6.3. Характеристики Контент-маркетинг для стартапів Контент-маркетинг та PR	Практичне заняття 8 2 год.	4 бали	Аналіз створених заголовків з різних ринків. Розгляд влучних та невлучних заголовків та текстів. Усне опитування.
Заняття 6.4. Контент-маркетинг та копірайтинг	Лекція 9 2 год.		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
Заняття 6.5. Контент-маркетинг та копірайтинг	Практичне заняття 9 2 год.	4 бали	Усне опитування. Ділова гра: «Влучний текст»
Самостійна робота			
Тема 4. Стратегії контент-маркетингу	10	2 бали	Описати і обґрунтувати особливості різних стратегій контент-маркетингу. Обґрунтувати бар'єри та проаналізувати маркетингові бюджети, обґрунтувати пріоритети вкладення.
Тема 5. Ефективність контент-маркетингу	10	2 бали	Обґрунтувати та проаналізувати матричний підхід в підрахунку ефективності контент маркетингу P&L
Тема 6. Технології контент-маркетингу	10	2 бали	Обґрунтувати та проаналізувати особливості різних технологій контент-маркетингу
МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ			
<ul style="list-style-type: none"> • Мультимедійний проектор; • Фльпчарт • 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			
Основна:			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Контент-маркетинг. Навчально-методичні матеріали в системі Moodle - http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id 2. Актуальний інтернет-маркетинг. А.Воронюк. А.Полищук — К. : «Агентство «ІРІО», 2018. — 160с.: http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1250_17559491.pdf 3. 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 4. Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг. Навчальний посібник – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 332 с. http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1660_62195029.pdf 5. Виноградова О. В. Сучасні види маркетингу. Навчальний посібник. / О.В.Виноградова. – Київ: ДУТ, 2019. – 262 с. http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/743/view/1703 6. Парсяк В.Н. Маркетинг : сучасна концепція та технології : підручник / В.Н. Парсяк. – Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. – 324 с. 7. Примак Т. О. Маркетинг. Навчальний посібник /Т.О.Примак. – Київ: МАУП. – 2004. – 228 с. http://www.dut.edu.ua/ua/lib/5/category/743/view/1235 8. Совершенна І.О., Остролуцький О.О. Маркетингові стратегії конкуренції: аналіз сучасних концепцій // Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". — 2020. — №1. — с. 14-22. Режим доступу до журналу: https://www.inter-nauka.com/issues/2020/1/5553 9. Совершенна І. О., Дарчук В. Г., Крижко О. В., Єрмак Ю. С. Дистинктивність Інтернет-брендінгу // Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". — 2020. — №10. Режим доступу до журналу: https://www.inter-nauka.com/issues/2020/10/6082 			

10. Крижко О.В., Совершенна І.О., Саянна Я.Ю. Ейдос маркетингової стратегії підприємства // Економіка. Менеджмент. Бізнес. Зб. наук. праць. Київ : ДУТ, 2020. № 1 (31). С.149-155 Режим доступу до журналу: <http://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/239>
11. Виноградова О. В., Совершенна І. О., Крижко О. В., Тарасюк А. В. Види ефективності рекламної діяльності підприємства // Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". — 2020. — №8. Режим доступу до журналу: <https://www.inter-nauka.com/issues/2020/8/5990>
12. Совершенна І.О., Кубрак А.О. Цифрова еволюція стратегічного маркетингу // Телекомунікаційний простір ХХІ сторіччя: ринок, держава, бізнес: Матеріали І Міжнар. науково-практ. конференції (м. Київ, 18-19 грудня 2019 р.). Київ: ДУТ, 2019. С.168-172. Режим доступу: http://www.dut.edu.ua/uploads/n_7930_34371015.pdf

Додаткова:

1. NetLine Corporation. 2017 Content Marketing Insights for IT Marketers.
2. Anderson A. Beyond the PDF: How Alternative Content Marketing Formats Improve the Customer Experience. Content Marketing Institute, 2016.
3. Handley Ann. Everybody Writes: Your Go-To Guide to Creating Ridiculously Good Content. Wiley, 2014.
4. Інформаційне наповнення сайту [Електронний ресурс] / Матеріал з Вікіпедії – вільної енциклопедії. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>
5. What is Content Marketing? [Електронний ресурс] / Content Marketing Institute Official Webpage. - Режим доступу: <http://contentmarketinginstitute.com/what-is-content-marketing/>
6. Wesson M. Marketers Are Missing Key Content Metrics (Infographic) [Електронний ресурс] / M. Wesson – Режим доступу: <http://www.business2community.com/infographics/marketers-are-missing-key-content-metrics-infographic-0317818>
7. Marquardt F. 5 Strategies for Creating Magnetic Online Content [Електронний ресурс] / F. Marquardt. - Режим доступу: <http://news.the-cma.com/actionbar/33449/>

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

Періодичні видання іноземних держав

1. Market Research Society (US) Сайт - <http://www.marketingresearch.org/>
2. Journal of Consumer Research Сайт - <http://www.ejcr.org/>

Періодичні видання і сайти України

3. Українська асоціація маркетингу Сайт - <http://uam.in.ua>
4. Журнал "Маркетинг в Україні" Сайт - <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/>
5. Журнал "Marketing Media Review" Сайт - <http://mmr.net.ua/>
6. Тижневик "MarketingMix" Сайт - <http://www.mm.com.ua/>
7. Журнал "Маркетинг і реклама" Сайт - <http://www.mr.com.ua/>
8. Журнал "Маркетинг і цифрові технології" Сайт - <http://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/about>
9. Маркетинг Бізнес Сайт - <http://www.marketing.biz.ua/>
10. iМаркетинг - все для інтернет-маркетолога Сайт - <http://imarketing.com.ua/>
11. Рекламастер Сайт - <http://www.reklamaster.com/>
12. Marketer.ua Сайт <http://www.marketer.ua/>
13. Sostav.ua Сайт - <http://www.sostav.ua/>
14. Тижневик "MarketingMix" Сайт - <http://www.mm.com.ua/>
15. Реклама в Україні <http://reklamonstr.com>
16. Про рекламу <https://www.proreklamuu.com/>
17. Маркетинг і реклама в Україні <https://sostav.ua/>
18. https://citrusua.esclick.me/sl?u=https%3A%2F%2Fpromo.ctr.com.ua%2Facademia_insta_kurs%2F&iid=dd05f3c0-cf67-11ee-baa4-9156ad71f1f4&h=f24164d79b81bcfadf718a60d9d00e16
19. https://citrusua.esclick.me/sl?u=https%3A%2F%2Fpromo.ctr.com.ua%2Facademia_tiktok_kurs%2F&iid=d5dd5880-d4e0-11ee-b659-e7404b638a3f&h=37836247b97ed0ef95cb2aef0a897e07

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
	<i>Робота на заняттях, у т.ч.:</i>	

ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ	• Виконання практичних робіт	44 бали
	• Самостійна робота	16 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 обгрунтовано приймає необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях. Вміє реалізувати теоретичні положення дисципліни в практичних розрахунках, аналізувати та співставляти дані об'єктів діяльності фахівця на основі набутих з даної та суміжних дисциплін знань та умінь. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включатись в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються. Зменшення 100-бальної оцінки може бути пов'язане з недостатнім розкриттям питань, що стосується дисципліни, яка вивчається, але виходить за рамки об'єму матеріалу, передбаченого робочою програмою, або студент проявляє невпевненість в тлумаченні теоретичних положень чи складних практичних завдань.	Високий Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в робочій програмі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.	Відмінно / Зараховано (A)
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	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений робочою програмою дисципліни, та розуміє постанову стандартних практичних завдань, має пропозиції щодо напрямку їх вирішень. Розуміє основні	Середній Забезпечує достатньо надійний рівень	Задовільно / Зараховано (D)

	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.	відтворення основних положень дисципліни	
60-63	Студент має певні знання, передбачені в робочій програмі дисципліни, володіє основними положеннями, що вивчаються на рівні, який визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень, студент з труднощами пояснює правила вирішення практичних/розрахункових завдань дисципліни. Виконання практичних / індивідуальних / контрольних завдань значно формалізовано: є відповідність алгоритму, але відсутнє глибоке розуміння роботи та взаємозв'язків з іншими дисциплінами.	Середній Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни	Задовільно / Зараховано (E)
35-59	Студент може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що програму навчальної дисципліни студент виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є невірними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у студента відсутні.	Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни	Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не зараховано (FX) <i>В залікову книжку не представляється</i>
1-34	Студент повністю не виконав вимог робочої програми навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Студент не допущений до 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) <i>В залікову книжку не представляється</i>