

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ІНТЕРНЕТ 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/NzA5NjMzNjIxNjQ5?cjc=vxat5wd	
Галузь знань		07 Управління та адміністрування		Рівень вищої освіти		бакалавр	
Спеціальність		075 Маркетинг		Семестр		5	
Освітня програма		Маркетинг		Тип дисципліни		Обов'язкова	
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:				
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка
	4	90	24	-	36	-	60

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню: Маркетинг (4), Застосування інформаційно-комунікаційних засобів (3), Електронний бізнес (3)

Освітні компоненти для яких є базовою: Засади відкриття власного бізнесу (3), Управління продажами та брендами (4)

Мета курсу: формування у студентів загальних і професійних компетентностей з використання інструментів інтернет-маркетингу, практичних навичок створення реклами в інтернеті, цілісного розуміння аналітичних інструментів та методів аналізу даних, необхідних для ефективного визначення стратегій і вимірювання результатів інтернет-маркетингових кампаній

Компетентності відповідно до освітньої програми

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)

ЗК 8. 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.
ЗК 14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетенції (ПП)

ПП 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності
ПП 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності
ПП10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності
ПП11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків

Програмні результати навчання (ПРН)

ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми	Вид заняття	Оцінювання за тему	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
Розділ 1 «ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ»			
Тема 1. Специфіка інтернет-маркетингу			
Знати: основні поняття, категорії і інструменти сучасного інтернет –маркетингу;			
Вміти: впроваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту, специфіки теорії Інтернет-маркетингу, визначати місце заходів інтернет -маркетингу в просуванні товарів та послуг.			
Формування компетенцій: ЗК 8, ЗК 9, ЗК 14			

Результати навчання: ПРН 7			
Рекомендовані джерела: 1-9			
Заняття 1.1. Поняття та інструменти в інтернет-маркетингу	Лекція 1 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
Заняття 1.2. Роль інтернет-маркетингу в сучасному суспільстві	Практичне заняття 1 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія на тему «Переваги Інтернет-маркетингу в порівнянні з традиційним маркетингом. Роль Інтернет-маркетингу в сучасному бізнесі», обговорення ситуаційного завдання щодо вибору інструментів інтернет-маркетингу для новоствореного підприємства, тестування.
Заняття 1.3. Особливості маркетингу в інтернеті	Практичне заняття 2 2 год.	2 бали	Усне опитування, доповіді з презентаціями «Етапи розвитку Інтернет-маркетингу в Україні», «Тренди і тенденції розвитку Інтернет-маркетингу», обговорення ситуаційних завдань щодо особливостей інтернет-маркетингу операторів телекомунікацій, ритейлерів техніки і електроніки, мережі аптек, провідних маркетплейсів та ін., тестування.
<p>Тема 2. Пошук маркетингової інформації у віртуальному середовищі</p> <p>Знати: базові технології та основні методи отримання первинної та вторинної інформації у мережі Інтернет;</p> <p>Вміти: визначати цільову аудиторію, проводити маркетингові дослідження з урахуванням специфіки діяльності підприємства.</p> <p>Формування компетенцій: ЗК 8, ЗК 9, ЗК 14</p> <p>Результати навчання: ПРН 7</p> <p>Рекомендовані джерела: 1-9</p>			
Заняття 2.1. Електронні бази, бібліотеки, сайти-інструменти для аналізу рекламних кампаній та аудиторій	Лекція 2		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
Заняття 2.2. Інтернет сервіси для пошуку інформації та аналізу аудиторій	Практичне заняття 3 2 год.	2 бали	Опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни, презентація з аналізом аудиторії самостійно обраного підприємства.
<p>Тема 3. Пошукові системи та інтернет сторінки</p> <p>Знати: складові елементи інтернет сторінки, типи пошукових систем;</p> <p>Вміти: налаштовувати аналітику до сайту, розробляти карту інтернет сторінки, розробляти схему переходу від відвідування веб-сайту до покупки товару (воронки продажу).</p> <p>Формування компетенцій: ЗК 8, ЗК 9, ЗК 14, ПП 10</p> <p>Результати навчання: ПРН 7</p> <p>Рекомендовані джерела: 1-9</p>			
Заняття 3.1. Типи пошукових систем. Складові інтернет сторінки. Процес створення сайту та воронки продажів	Лекція 3		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
Заняття 3.2. Загальні та спеціалізовані пошукові системи. Робота з конструктором сайту	Практичне заняття 4 2 год.	2 бали	Усне опитування, створити веб-сайт зі своїм портфоліо студента за допомогою конструктора сайтів та представити його, включити різноманітні розділи, такі як "Про мене", "Навчання", "Проекти", "Досягнення" та інші, де ви можете відобразити свої навички, проекти, академічні досягнення та додаткові інформації про себе.

Заняття 3.3. Типи сайтів. Налаштування хостингу та домену. Робота з конструктором сайту та додаванням аналітики до сайту.	Практичне заняття 5 2 год.	2 бали	Створити веб-сайт продукту чи послуги за допомогою конструктора сайтів розмістити детальну інформацію про обраний продукт чи послугу, включаючи опис, фотографії, відео, характеристики, ціни та контактну інформацію.
<p>Тема 4. Аналітика в інтернет-маркетингу Знати: основні показники рекламних кампаній; Вміти: налаштовувати аналітику до сайту, аналізувати показники ефективності роботи інтернет-реклами. Формування компетенцій: ЗК 8, ЗК 9, ЗК 14, ПП 10, ПП 11 Результати навчання: ПРН 7 Рекомендовані джерела: 1-9</p>			
Заняття 4.1. Аналітика в інтернет-маркетингу	Лекція 4		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
Заняття 4.2. Конверсії в інтернет рекламі. Показники аналітики сайту. Аналіз сегментів ринку	Практичне заняття 6 2 год.	2 бали	Усне опитування, налаштування конверсій через сервіс tagmanager на особистому веб-сайті студента, провести презентацію з аналізом попиту на різні групи товарів за допомогою сервісу Google Trends, а також здійснити аналіз даних з веб-сайту через сервіс Google Analytics.
<p>Тема 5. Види інтернет-маркетингу Знати: основні канали маркетингу в інтернеті та їх особливості; Вміти: підібрати необхідний інструментарій для просування в залежності від типу каналу маркетингу в інтернеті. Формування компетенцій: ЗК 8, ЗК 9, ЗК 14 Результати навчання: ПРН 7 Рекомендовані джерела: 1-9</p>			
Заняття 5.1. Категорії інтернет маркетингу. Види реклами в інтернеті. Сервіси аналізу інтернет-реклами	Лекція 5		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
Заняття 5.2. Види каналів маркетингу в інтернеті	Практичне заняття 7 2 год.	2 бали	Опитування, навчальна дискусія на тему лекції, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
Заняття 5.3. Цілі рекламних кампаній в інтернеті. Майданчики налаштування реклами в інтернеті	Практичне заняття 8 2 год.	2 бали	Усне опитування, тематична дискусія, презентація рекламної кампанії з визначенням цілі рекламної кампанії: підвищення усвідомленості бренду, збільшення продажів, залучення нових клієнтів. Модульний контроль № 1 «ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ»
Самостійна робота			
Тема 1. Специфіка інтернет-маркетингу.	12	4 бали	Дослідити основні принципи та інструменти інтернет-маркетингу. Порівняти переваги та недоліки інтернет-маркетингу в порівнянні з традиційним маркетингом. Знайти приклади успішних кампаній інтернет-маркетингу та проаналізувати їхні методи та стратегії.
Тема 2. Пошук маркетингової інформації у віртуальному середовищі.	12	4 бали	Розглянути різні джерела маркетингової інформації в Інтернеті та їхню достовірність. Вивчити методи пошуку та аналізу маркетингової інформації у віртуальному середовищі. Скласти список ресурсів, які можуть бути корисними для отримання маркетингової інформації.

Тема 3. Стратегічні рішення в інтернет маркетингу для підприємства.	12	4 бали	Проаналізувати стратегії розвитку бізнесу через Інтернет для різних типів підприємств. Розглянути важливість аналізу конкурентів та маркетингового середовища для розробки стратегій в Інтернеті. Вивчити приклади успішних стратегій інтернет-маркетингу підприємств.
Тема 4. Оцінка ефективності в інтернет-маркетингу.	12	4 бали	Вивчити основні показники ефективності в інтернет-маркетингу, створити таблицю з формулами показників. Розглянути методи оцінки ефективності різних видів інтернет-маркетингових кампаній.
Тема 5. Методи просування в мережі інтернет.	12	4 бали	Провести порівняльний аналіз ефективності різних методів просування. Створити план просування для власного продукту чи послуги, використовуючи різні методи просування.
Розділ 2 «НАЛАШТУВАННЯ ІНТЕРНЕТ РЕКЛАМИ»			
Тема 6. Банерна реклама та відеореклама. Знати: особливості налаштування банерної реклами та відеореклами, види рекламних кампаній; Вміти: застосовувати навички створення реклами, писати рекламні тексти, які стимулюють купити товар, послугу чи ідею. Формування компетенцій: ЗК 8, ЗК 9, ПП 6, ПП 8, ПП 10, ПП 11 Результати навчання: ПРН 7 Рекомендовані джерела: 1-9			
Заняття 6.1. Визначення банерної реклами: основні характеристики та принципи дії. Особливості відеореклами: відмінності від інших типів реклами, вплив на споживачів.	Лекція 6		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
Заняття 6.2. Типи банерної реклами: статичні, анімовані, інтерактивні. Переваги та недоліки кожного типу. Створення ефективного банера: дизайн, текст, виклик до дії.	Практичне заняття 9 2 год.	4 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни, створення рекламного креативу, навчальна дискусія на тему «Актуальність відеореклами»
Тема 7. Контекстна реклама. Реклама в пошукових системах Знати: розробляти та обґрунтовувати рекламну кампанію підприємства, налаштовувати системи контекстної та поведінкової реклами google adwords, проводити оцінку ефективності контекстної інтернет-реклами; Вміти: користуватися планувальником ключових слів, налаштовувати оголошення для контекстної реклами, скласти план для рекламних кампаній. Формування компетенцій: ЗК 8, ЗК 9, ПП 6, ПП 8, ПП 10, ПП 11 Результати навчання: ПРН 7 Рекомендовані джерела: 1-9			
Заняття 7.1. SEM та SEO. Контекстно-медійна реклама.	Лекція 7		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
Заняття 7.2. Основні особливості контекстної реклами. Пошукова та медійна контекстна реклама. Планування рекламних кампаній. Ключові слова.	Практичне заняття 10 2 год.	2 бали	Усне опитування, розробити план ключових слів за допомогою планувальника ключових слів від Google, а також провести аналіз конкуренції в обраному сегменті ринку, на основі результатів створити прогноз для майбутньої рекламної кампанії.
Заняття 7.3. Основні особливості SEO. Аналіз аудиторій. Інтереси аудиторій для контекстної реклами.	Практичне заняття 11 2 год.	2 бали	Створення рекламного оголошення для пошукової рекламної кампанії, створення особливої аудиторії для контекстно-медійної рекламної кампанії, навчальна дискусія, обговорення ситуаційного завдання.
Тема 8. Контент-маркетинг та його значення для бренду Знати: види контенту та їх вплив на розвиток бренду, основи створення контент-стратегії;			

<p>Вміти: розробляти контент-стратегію для різних каналів просування. Формування компетенцій: ЗК 8, ЗК 9, ЗК 14, ПП 6, ПП 8, ПП 10, ПП 11 Результати навчання: ПРН 7 Рекомендовані джерела: 1-9</p>			
Заняття 8.1. Основи створення контент-стратегії. Планування та організація контенту.	Лекція 8		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
Заняття 8.2. Аналіз прикладів успішних контент-стратегій. Розробка власної контент-стратегії для обраного бренду. Створення плану контенту для різних каналів (соціальні мережі, блог, email).	Практичне заняття 12 год.	2 бали	Усне опитування, доповідь з презентацією розробки власної контент-стратегії для обраного бренду. Створення плану контенту для різних маркетингових каналів.
<p>Тема 9. Використання соціальних мереж в маркетингу Знати: основні інструменти SMO та SMM для просування продукції; складові плану маркетингу в соціальних мережах; Вміти: налаштовувати маркетингову діяльність підприємства у соціальних мережах; відкривати спільноти та організовувати просування продукції через ці соціальні мережі. Формування компетенцій: ЗК 8, ЗК 9, ПП 6, ПП 8, ПП 10, ПП 11 Результати навчання: ПРН 7 Рекомендовані джерела: 1-9</p>			
Заняття 9.1. Маркетинг в соціальних мережах	Лекція 9		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
Заняття 9.2. Стратегія просування в Instagram та Facebook	Практичне заняття 13 год.	2 бали	Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Створення сторінки в Facebook та Instagram, наповненням інформацією та тематичними постами.
Заняття 9.3. Інструменти маркетингу в соціальних мережах. Налаштування реклами	Практичне заняття 14 год.	2 бали	Аналізувати сторінки в соціальних мережах за допомогою інструменту Meta Business Suite, а також розробити контент-план для цих сторінок. Створити рекламне оголошення в Instagram та Facebook з метою просування сторінки в соціальній мережі.
<p>Тема 10. Телеграм для інтернет-маркетингу Знати: Основні принципи використання месенджера в інтернет-маркетингу, можливості та функціонал telegram-ботів для бізнесу; Вміти: Створювати та налаштовувати telegram-бот для прийому заявок. Формування компетенцій: ЗК 9, ПП 8, ПП 10 Результати навчання: ПРН 7 Рекомендовані джерела: 1-9</p>			
Заняття 10.1. Використання месенджера в у інтернет-маркетингу. Функціонал Telegram для бізнесу.	Лекція 10		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
Заняття 10.2. Огляд можливостей Telegram для інтернет-маркетингу. Практичне заняття зі створення та налаштування чат-бота	Практичне заняття 15 год.	4 бали	Усне опитування, презентація власного телеграм боту та аналіз воронки продажів, огляд отриманих заявок.
<p>Тема 11. Партнерський маркетинг Знати: особливості партнерського маркетингу, основні моделі співпраці; Вміти: створювати оффер для партнерського маркетингу, визначати пріоритетні цілі для співпраці. Формування компетенцій: ЗК 8, ЗК 9, ПП 6, ПП 8, ПП 10, ПП 11 Результати навчання: ПРН 7 Рекомендовані джерела: 1-9</p>			

Заняття 11.1. Сутність партнерського маркетингу. Учасники співпраці. Моделі та типи оплат.	Лекція 11		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
Заняття 11.2. Переваги та недоліки партнерського маркетингу для кожного учасника.	Практичне заняття 16 2 год.	2 бали	Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни, навчальна дискусія на тему «Переваги та недоліки партнерського маркетингу для кожного учасника», «Вибір моделі співпраці: CPA, CPL, CPS»
Заняття 11.3. Оффер для партнерського маркетингу. Сра-мережі	Практичне заняття 17 2 год.	2 бали	Створити оффер партнерського маркетингу для обраного підприємства, розробити правила та умови офферу, обрати прийомливі види трафіку та обґрунтувати вибір.

Тема 12. Використання штучного інтелекту (AI) в інтернет-маркетингу

Знати: основи штучного інтелекту та його застосування в маркетингу, сучасні AI-інструменти;

Вміти: впроваджувати AI-рішення для покращення персоналізації та таргетингу.

Формування компетенцій: ЗК 9, ПП 8, ПП 10

Результати навчання: ПРН 7

Рекомендовані джерела: 1-9

Заняття 12.1. Основи штучного інтелекту та його застосування в маркетингу.	Лекція 12		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
Заняття 12.2. Огляд сучасних AI-інструментів для маркетингу. Практичне застосування AI в маркетингу	Практичне заняття 18 2 год.	2 бали	Усне опитування, презентація обратного AI-інструменту його практичне застосування, навчальна дискусія. Модульний контроль № 2 «НАЛАШТУВАННЯ ІНТЕРНЕТ РЕКЛАМИ»

МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

- Мультимедійний проектор;
- Комп'ютерний клас для проведення практичних занять.
- Доступ до сервісів: Google Сайт, Canva, SimilarWeb, Google Analytics, Google Ads, SmartSender.
- Облікові записи Facebook, Instagram, Telegram.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. 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>
2. Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг. Навчальний посібник – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 332 с. http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1660_62195029.pdf
3. Царьов Р.Ю. Електронна комерція: навчальний посібник з підготовки бакалаврів – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2010. – 112 с. - <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/669/view/467>
4. Юдін О. М. Системи електронної комерції: створення, просування і розвиток: монографія / О. М. Юдін, М. В. Макарова, Р. М. Лавренюк. – Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011. – 201 с. - <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/669/view/1231>
5. Зайцева О.О., Болотинюк І.М. Електронний бізнес: Навчальний посібник. Івано-Франківськ : «Лілея-НВ» – 2015. – 264 с. - <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/669/view/1658>
6. Федішин І.Б. Електронний бізнес та електронна комерція – Тернопіль, ТНТУ імені Івана Пулюя, 2016. – 97 с. - <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/669/view/1659>
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. науковий журнал "Інтернаука". 2020.№18.
9. Виноградова О.В., Дрокіна Н.І. Маркетингові технології управління Інтернет-проектами. Навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2019. 351 с. <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2287/view/1706>

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

КРИТЕРІЙ 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 - 10 0	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 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	Достатній Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають	Добре / Зараховано (C)

	практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, в межах дисципліни, що вивчається.	утруднення.	
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 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