

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ РІШЕНЬ»

Лектор курсу			Дарчук Вероніка Геннадіївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу		Контактна інформація лектора (e-mail), код курсу GWE		e-mail: senyamops@ukr.net Код курсу GWE https://classroom.google.com/c/NzA5NTE4OTc4NTQ2?cjc=n67uddm	
Галузь знань			07 <i>Управління та адміністрування</i>		Рівень вищої освіти		магістр	
Спеціальність			075 Маркетинг		Семестр		1	
Освітня програма			«Маркетинг»		Тип дисципліни		Професійної підготовки	
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:					
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка	
	4	120	18	-	30	-	72	

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	Сучасні види маркетингу, Маркетингові дослідження і бізнес-аналітика
Освітні компоненти для яких є базовою	Інформаційно-аналітичне забезпечення маркетингової діяльності, B2B маркетинг, переддипломна практика
Мета курсу:	формування у студентів загальних і професійних компетентностей щодо економічного обґрунтування й прийняття маркетингових рішень з урахуванням мінливості зовнішнього середовища.

Компетентності відповідно до освітньої програми

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)

Інтегральна компетентність. Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.

ЗК 1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

ЗК 3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

СК 3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.

СК 5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.

СК 7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.

СК 8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.

Програмні результати навчання (ПРН)

ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.

ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.

ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними

ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.

ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.

ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.

ПРН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми	Вид заняття	Оцінювання за тему	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
Розділ 1. ХАРАКТЕРИСТИКА І ТЕХНОЛОГІЇ ПРИЙНЯТТЯ МАРКЕТИНГОВИХ РІШЕНЬ			
<p>Тема 1. Прийняття маркетингових рішень в умовах неповної інформації Знати: процедуру знаходження оптимальної пари стратегій; економіко-математичні моделі прийняття рішень в конфліктних ситуаціях. Вміти: застосовувати методи оцінки ефективності прийняття рішень: метод сідлової точки, дерево рішень, аналіз чутливості. Формування компетенцій: ЗК 1,ЗК 6,СК 3,СК 5 Результати навчання: ПРН 3, ПРН 6, ПРН 8, ПРН 9, ПРН 10, Рекомендовані джерела: 2, 4, 6, 7, 12</p>			
Заняття 1.1. Прийняття маркетингових рішень в умовах неповної інформації.	Лекція 1 2 год.	-	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
Заняття 1.2. 1. Прийняття рішень в умовах ризику.	Практичне заняття 1 2 год.	2 бали	Усне опитування, тестування. Виконання практичних завдання щодо визначення ступеню впливу ризику на маркетингову діяльність підприємства. Доповідь з презентацією за темою «Види ризиків в маркетинговій діяльності».
Заняття 1.3. Прийняття рішень в умовах невизначеності.	Лекція 2 2 год.	-	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
Заняття 1.4. Прийняття рішень в конфліктних ситуаціях.	Практичне заняття 2 2 год.	2 бали	Усне опитування, тестування, тематична дискусія. Виконання практичних завдання щодо прийняття рішень в конфліктних ситуаціях. Ділова гра «Знайди вихід з конфліктної ситуації».
Заняття 1.5. Помилки в прийнятті рішень в умовах неповної інформації.	Практичне заняття 3 2 год.	2 бали	Усне опитування, тестування, тематична дискусія. Виконання практичних завдання щодо визначення помилок в прийнятті рішень в умовах неповної інформації. Кейси компаній «SONY», «Apple» щодо прийняття рішень в умовах ризику.
<p>Тема 2. Характеристика і технологія прийняття маркетингових рішень Знати: маркетингові рішення, їх сутність та класифікація. Вміти: застосовувати способи формалізації та реалізації маркетингових рішень Формування компетенцій: ЗК 1,ЗК 3,ЗК 6,СК 3 Результати навчання: ПРН 3, ПРН 6, ПРН 8, ПРН 9 Рекомендовані джерела: 2, 4, 5, 6, 10, 13</p>			
Заняття 2.1. Маркетингові рішення, їх сутність та класифікація.	Лекція 3 2 год.	-	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
Заняття 2.2. Способи формалізації та реалізації маркетингових рішень.	Практичне заняття 4 2 год.	2 бали	Усне опитування, тестування, тематична дискусія. Виконання практичних завдань щодо визначення способу формалізації та реалізації маркетингових рішень. Кейс: «Практична реалізація прийняття маркетингового рішення».
Заняття 2.3. Основні етапи прийняття рішень.	Лекція 4 2 год.	-	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
Заняття 2.4. Стадії прийняття маркетингових рішень.	Практичне заняття 5 2 год.	2 бали	Усне опитування, тестування. Виконання практичних завдань щодо систематизації основних етапів прийняття рішень. Практична робота «Стадії прийняття маркетингових рішень».

Заняття 2.5. Технології прийняття маркетингових рішень.	Практичне заняття 6 2 год.	4 бали	Усне опитування, тестування, тематична дискусія. Виконання практичних завдань щодо вивчення технології прийняття основних маркетингових рішень. Доповідь з презентацією за темою заняття.
Тема 3. Вплив маркетингових рішень на результативність бізнесу			
Знати: передумови впровадження систем управління результативністю маркетингу на підприємстві			
Вміти: вимірювати результативність бізнесу			
Формування компетенцій: ЗК 6, ЗК 8, СК 1, СК 5, СК 6,			
Результати навчання: ПРН 6, ПРН 7, ПРН 10			
Рекомендовані джерела: 2, 3, 5, 7, 9, 10			
Заняття 3.1. Передумови впровадження систем управління результативністю маркетингу на підприємстві.	Лекція 5 2 год.	-	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
Заняття 3.2. Система вимірювань результативності бізнесу: різноманіття вимірювань.	Практичне заняття 7 2 год.	2 бали	Усне опитування, тестування. Виконання практичних завдань на вимірювання результативності бізнесу: різноманіття вимірювань. Практична робота за варіантами «Вимірювання результативності бізнесу».
Заняття 3.3. Моделі управління результативністю маркетингу з урахуванням соціальної, екологічної відповідальності бізнесу.	Практичне заняття 8 2 год.	4 бали	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія. Виконання практичних завдань на вибір моделі управління результативністю маркетингу з урахуванням соціальної, екологічної відповідальності бізнесу.
Заняття 3.3. Обґрунтування формування клієнтоорієнтованого підходу	Лекція 6 2 год.	-	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
Заняття 3.4. Індикатори клієнтоорієнтованого підходу.	Практичне заняття 9 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія «Особливості управління процесами клієнтоорієнтованості», доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
Заняття 3.5. Методи вибору клієнтоорієнтованої стратегічної позиції підприємства.	Практичне заняття 10 2 год.	4 бали	Усне опитування, тестування. Практична робота: «Етапи маркетингового процесу комерціалізації інновацій (планово-аналітичний, ринковий запуск (Sell-In), збутовий)».
Самостійна робота			
Тема 1. Прийняття маркетингових рішень в умовах неповної інформації.	12 год.	2 бали	Логіка оцінки результативності залучення клієнтів Показники оцінки ефективності клієнтоорієнтованого підходу
Тема 2. Характеристика і технологія прийняття маркетингових рішень.	12 год.	4 бали	Система вимірювань результативності бізнесу. Поняття результативності маркетингу. Моделі управління результативністю маркетингу
Тема 3. Вплив маркетингових рішень на результативність бізнесу.	12 год.	4 бали	Критерій ефективності прийняття інвестиційних та інноваційних маркетингових рішень Модель дифузії інновацій Е. Роджерса.
Розділ 2. «ОБґРУНТУВАННЯ ПРИЙНЯТТЯ МАРКЕТИНГОВИХ РІШЕНЬ»			
Тема 4. Обґрунтування інвестиційно-інноваційних рішень у маркетингу			
Знати: критерії обґрунтування рішень під час прийняття (вибору) інвестиційного проекту.			
Вміти: приймати інвестиційні та інноваційні маркетингові рішення			
Формування компетенцій: ЗК 1, ЗК 3 СК 5, СК 7			
Результати навчання: ПРН 5, ПРН 6, ПРН 8, ПРН 10			
Рекомендовані джерела: 1, 4, 5, 6, 7, 10, 11, 13			

Заняття 4.1. Критерії обґрунтування рішень під час прийняття (вибору) інвестиційного проекту.	Лекція 7 2 год.	-	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
Заняття 4.2. Інвестиційні маркетингові рішення та критерій ефективності їх прийняття.	Практичне заняття 11 2 год.	4 бали	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія. Виконання практичних завдань щодо інвестиційних маркетингових рішень та критеріїв ефективності їх прийняття. Тест «Інвестиційні маркетингові рішення».
Заняття 4.4. Інноваційні маркетингові рішення та критерій ефективності їх прийняття.	Практичне заняття 12 2 год.	2 бали	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія. Виконання практичних завдань щодо інноваційних маркетингових рішень та критеріїв їх прийняття. Ситуаційні завдання: «Інновації в системі прийняття маркетингових рішень».
Тема 5. Обґрунтування маркетингових рішень управління товарним асортиментом			
Знати: показники оцінки ефективності товарного асортименту підприємства.			
Вміти: визначати ефективність товарної політики підприємства.			
Формування компетенцій: ЗК 3, СК 5, СК 8			
Результати навчання: ПРН 3, ПРН 5, ПРН 6, ПРН 9, ПРН 10			
Рекомендовані джерела: 4, 5, 6, 7, 10, 13			
Заняття 5.1. Показники оцінки ефективності товарного асортименту.	Лекція 8 2 год.	-	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
Заняття 5.2. Критерії ефективності товарної політики підприємства.	Практичне заняття 13 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія. Виконання практичних завдань щодо визначення критеріїв прийняття інноваційних маркетингових рішень. Кейс: «Ефективна товарна політика підприємства компанії P&G».
Заняття 5.2. Розрахунок ефективності товарної політики підприємства.	Практичне заняття 14 2 год.	4 бали	Усне опитування, навчальна дискусія. Розв'язання розрахункових задач «Ефективність товарної політики». Кейс: «Ефективна товарна політика підприємства компанії P&G».
Тема 6. Обґрунтування впливу процесів внутрішнього маркетингу на результативність бізнесу			
Знати: модель зв'язку внутрішнього маркетингу з фінансовими результатами			
Вміти: визначати результативність, як ступінь задоволеності клієнтів.			
Формування компетенцій: ЗК 1, СК 3, СК 5, СК 7, СК 8			
Результати навчання: ПРН 8, ПРН 9, ПРН 10, ПРН 13			
Рекомендовані джерела: 4, 6, 7, 8, 10, 13			
Заняття 6.1. Результативність, як ступінь задоволеності клієнтів. Модель зв'язку внутрішнього маркетингу з фінансовими результатами. Модель зв'язку внутрішнього маркетингу з конкурентними перевагами компанії.	Лекція 9 2 год.	-	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
Заняття 6.2. Обґрунтування впливу процесів цифрового маркетингу на результативність бізнесу	Практичне заняття 15 2 год.	4 бали	Усне опитування, навчальна дискусія «Сутність цифрових метрик високотехнологічного маркетингу». Виконання практичних завдань щодо особливостей використання цифрових метрик маркетингу у високотехнологічних галузях.
Самостійна робота			
Тема 4. Обґрунтування маркетингових рішень управління товарним асортиментом	12 год.	4 бали	Методи оцінки ринкових показників продукту. Впровадження системи категорійного менеджменту і оцінка її результативності.

Тема 5. Вплив внутрішніх процесів на результативність бізнесу	12 год.	4 бали	Взаємозв'язок внутрішнього маркетингу та управління якістю. Картографування внутрішніх бізнес-процесів (метод IMS). Внутрішні стандарти якості. Вплив ВМ на результативність бізнесу
Тема 6. Оцінка ефективності цифрового маркетингу	12 год.	2 бали	Управління стратегіями ціноутворення Методика розрахунку конкурентоспроможних цін

МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран.

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

1. Виноградова О., Дименко О., Ігнатенко О., Совершенна І., Дарчук В., Снітко А. Ensuring the financial stability of the enterprise with performance marketing tools. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 3(56), 2024. **(SCOPUS)**
2. Дарчук В.Г., Довгенко Д.Є. Організація служби маркетингу на підприємстві. Маркетинг майбутнього: виклики та реалії : Матеріали V Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції (м. Київ, 9 червня 2023 року) / Навчально-науковий інститут менеджменту та підприємництва ДУТ. Київ, 2023. С.63-66
3. Дарчук В.Г., Молоков І.О., Єгоров Д.О. Маркетингова програма як ключовий чинник конкурентоспроможності підприємства. Маркетинг майбутнього: виклики та реалії: Матеріали IV Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції (м. Київ, 6 червня 2024 року) ДУІКТ. Київ, 2024.
4. Дарчук В. Кошіль А Маркетингові інструменти управління нестабільними системами//Наука онлайн: Міжнародний електронний науковий журнал - 2020. - №6. <https://nauka-online.com/ua/publications/ekonomika/2020/6/marketingovye-instrumenty-upravleniya-nestabilnymi-sistemami/>
5. Соболева-Терещенко О. А. Оцінка ефективності маркетингової діяльності в контексті розбудови програм лояльності покупців / О. А. Соболева-Терещенко, В. О. Антонова. // Ефективна економіка. - 2019. - № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2019/54.pdf
6. Шпак Н.О., Грабович І.В. Підходи до оцінювання ефективності використання інструментів маркетингу підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Випуск 45. – 2022. с. 84-90. DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2022-45-15>
7. Поліщук І.І., Довгань Ю.В. Оцінка ефективності використання маркетингового потенціалу підприємства. *Modern engineering and innovative technologies*. - 2022. - Issue 21. Part 2. - С. 65–72. DOI: <https://doi.org/10.30890/2567-5273.2022-21-02-021>.
8. Сілагін В. Маркетинговий потенціал як елемент інноваційного розвитку підприємства. *Менеджмент XXI століття: сучасні моделі, стратегії, технології*: Зб. матеріалів ІХ Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції, м. Вінниця, 06 жовтня 2022р. Вінниця, 2022. Ч. І. 745 с. С.598-606. URL: http://www.vtei.com.ua/doc/2022/konf0610/zb1_1.pdf
9. Багорка М.О., Юрченко Н.І. Маркетинговий потенціал як адаптаційний складник сучасного економічного розвитку підприємств. *Проблеми системного підходу в економіці* : Зб. наук. праць. 2020. Вип. 2(76). С.137-145. URL: <http://dspace.dsau.dp.ua/jspui/handle/123456789/2935>
10. Маркетинг у підприємстві, біржовій діяльності та торгівлі в smart- суспільстві: управлінський, інноваційний та методичний виміри : колективна монографія / За наук. ред. І. В. Перезової. – Львів: Видавець Кошовий Б.-П.О., 2023. – 869 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_2330_21163336.pdf
11. Harmider L. Development of the enterprise personnel with the application of internal marketing elements / L. Harmider, J. Staszewska, L.A. Hohchar // *Економічний вісник УДХТУ*. 2021. No 1(13) С. 119-126. URL: http://ek-visnik.dp.ua/wp-content/uploads/pdf/2021-1/Harmider_S.pdf (Copernicus). DOI: <http://dx.doi.org/10.32434/2415-3974-2021-13-1-119-126>
12. Гармідер Л.Д. Обґрунтування стратегії розвитку підприємства / Л.Д. Гармідер, Л.А.Гончар. *Проблеми економіки транспорту*. 2018. No 16. С. 51-59. URL: <http://pte.diit.edu.ua/old/article/view/152598> DOI: <https://doi.org/10.15802/pte.v0i16.152598>
13. Бойко О. Місце та роль маркетингового аналізу в процесі прийняття управлінських рішень URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2012_11\(2\)_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2012_11(2)_11)

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 «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 60 (бали на працьовані під час вивчення дисципліни – Поточний контроль), 40 (підсумкове оцінювання - Залік):

Форми контролю	Види навчальної роботи	Оцінювання
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ	<i>Робота на заняттях, у т.ч.:</i>	
	• Виконання практичних робіт	40 бали

	• 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 /зачис 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 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.	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	Достатній Конкретний рівень, за вивченням матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	Добре / Зараховано (C)

	дисципліни, що вивчається.		
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