

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ГЛОБАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ»

Лектор курсу			Петровська Світлана Володимирівна, <i>кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу</i>		Контактна інформація лектора (e-mail), сторінка курсу в Moodle		e-mail: o.kryzhko@duikt.edu.ua ; посилання –	
Галузь знань			07 <i>Управління та адміністрування</i>		Рівень вищої освіти		Доктор філософії	
Спеціальність			075 Маркетинг		Семестр		2	
Освітня програма			«Маркетинг»		Тип дисципліни		Обов'язкова	
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:					
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка	
	4	120	20	24	-	-	76	
АНОТАЦІЯ КУРСУ								
Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі								
Освітні компоненти, які передують вивченню			Студії з маркетингу (4), Методологія наукових досліджень (4)					
Освітні компоненти для яких є базовою			Науково-педагогічна практика (6)					
Мета курсу:	засвоєння теоретичних знань і набуття практичних навичок у галузі міжнародного маркетингу, зокрема у сфері формування міжнародної маркетингової стратегії, здійснення планування виходу на міжнародний ринок сучасних підприємств, організацій.							
Компетентності відповідно до освітньої програми								
Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)				Hard-skills / Спеціальні компетентності (СК)				
ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу. ЗК02. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК04. Здатність розв'язувати комплексні проблеми у сфері маркетингу на основі системного наукового світогляду та загального культурного кругозору із дотриманням принципів професійної етики та академічної доброчесності.				СК01. Здатність планувати і виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у теорії, методології і практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних напрямках. СК07. Здатність до виявлення і формалізації закономірностей розвитку суб'єктів ринкових відносин на основі фундаментальних та прикладних досліджень, розроблення рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингових систем. СК08. Здатність виявляти, ставити і вирішувати проблеми дослідницького характеру в сфері маркетингу, оцінювати та забезпечувати якість виконуваних досліджень та публікацію їх результатів у профільних фахових вітчизняних і зарубіжних виданнях, що входять до міжнародних наукометричних баз даних				
Програмні результати навчання (ПРН)								
РН02. Розробляти та реалізовувати наукові та/або інноваційні проекти, які дають можливість переосмислити наявне та створити нове цілісне знання та/або професійну практику і розв'язувати значущі наукові та технологічні проблеми маркетингу з урахуванням соціальних, економічних та правових аспектів.								
РН03. Формулювати і перевіряти гіпотези; використовувати для обґрунтування висновків належні докази, зокрема, результати теоретичного аналізу, експериментальних досліджень і математичного та/або комп'ютерного моделювання, наявні літературні дані.								
РН06. Планувати і виконувати емпіричні та/або теоретичні дослідження з маркетингу та дотичних міждисциплінарних напрямів з використанням сучасних інструментів та дотриманням норм професійної і академічної етики, критично аналізувати результати власних досліджень і результати інших дослідників у контексті усього комплексу сучасних знань щодо досліджуваної проблеми.								
РН08. Застосовувати сучасні інструменти і технології пошуку, оброблення та аналізу інформації, зокрема методи аналізу даних великого обсягу та/або складної структури, спеціалізовані бази даних та інформаційні системи.								

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми	Вид заняття	Оцінювання за тему	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
Розділ 1 «СЕРЕДОВИЩЕ ГЛОБАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ»			
Тема 1. Сутність та специфіка міжнародного маркетингу <u>Знати:</u> специфіка та форми міжнародного маркетингу, його проблеми та суб'єкти <u>Вміти:</u> розрізняти форми міжнародного маркетингового середовища <u>Формування компетенцій:</u> ЗК 01, ЗК02, ЗК04, СК01, СК07, СК08 <u>Результати навчання:</u> РН02, РН03, РН06, РН08 <u>Рекомендовані джерела:</u> 1-7			
Заняття 1.1. Сутність та форми міжнародного маркетингу. Предмет міжнародного маркетингу. Етапи інтернаціоналізації. Специфіка міжнародного маркетингу.	Лекція 1 2 год.		Пояснювально-ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
Заняття 1.2. Спільні риси міжнародного та внутрішнього маркетингу. Проблеми міжнародного маркетингу. Суб'єкти міжнародного маркетингу.	Практичне заняття 1 2 год.	2 бали	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія, обговорення ситуаційного завдання
Заняття 1.3. Маркетингова діяльність на зовнішньому ринку.	Практичне заняття 2 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
Тема 2. Міжнародне маркетингове середовище <u>Знати:</u> загальну характеристику міжнародного маркетингового середовища <u>Вміти:</u> аналізувати кон'юнктуру зарубіжного ринку <u>Формування компетенцій:</u> ЗК 01, ЗК02, ЗК04, СК01, СК07, СК08 <u>Результати навчання:</u> РН02, РН03, РН06, РН08 <u>Рекомендовані джерела:</u> 1-5, 7-9			
Заняття 2.1. Базові поняття міжнародного маркетингового середовища. Економічне середовище міжнародного маркетингу. Аналіз кон'юнктури зарубіжного ринку.	Лекція 2 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
Заняття 2.2. Політико-правове середовище міжнародного маркетингу. Політичний ризик у міжнародному маркетинговому середовищі.	Практичне заняття 3 2 год.	2 бали	Усне опитування, тестування, тематична дискусія, рішення практичних задач
Заняття 2.3. Соціокультурне середовище міжнародного маркетингу. Характеристики соціокультурного середовища.	Практичне заняття 4 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
Тема 3. Міжнародні маркетингові дослідження <u>Знати:</u> особливості та стадії міжнародного маркетингового дослідження, типи міжнародних маркетингових досліджень <u>Вміти:</u> проводити міжнародне маркетингове дослідження та складати звіт про його проведення <u>Формування компетенцій:</u> ЗК 01, ЗК02, ЗК04, СК01, СК07, СК08 <u>Результати навчання:</u> РН02, РН03, РН06, РН08 <u>Рекомендовані джерела:</u> 1-8			
Заняття 3.1. Поняття міжнародного маркетингового дослідження. Критерії міжнародного маркетингового	Лекція 3 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів

рішення. Особливості міжнародного маркетингового дослідження.			
Заняття 3.2. Стадії міжнародного маркетингового дослідження. Звіт про проведення маркетингового дослідження. Типи міжнародних маркетингових досліджень.	Практичне заняття 5 2 год.	2 бали	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія
Заняття 3.3. Поглиблене маркетингове дослідження. Маркетингова інформаційна система.	Практичне заняття 6 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
Тема 4. Сегментація світового ринку			
Знати: підходи та критерії міжнародного сегментування, стратегії охоплення цільових сегментів			
Вміти: визначати критерії сегментації світового ринку, позиціонувати товар на зарубіжному ринку			
Формування компетенцій: ЗК 01, ЗК02, ЗК04, СК01, СК07, СК08			
Результати навчання: РН02, РН03, РН06, РН08			
Рекомендовані джерела: 1-5, 8, 10			
Заняття 4.1. Сегмент міжнародного ринку. Агрегування ринку. Підходи до міжнародного сегментування.	Лекція 4 1 год.		Пояснювально – ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
Заняття 4.2. Критерії сегментації. Сегментація зарубіжного ринку. Стратегії охоплення цільових сегментів. Позиціонування товару на зарубіжному ринку.	Практичне заняття 7 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
Тема 5. Вибір зарубіжних ринків			
Знати: види міжнародної конкуренції, підходи до вибору зарубіжних ринків			
Вміти: визначати рівень конкуренції зарубіжних ринків, застосовувати критерії вибору привабливих ринків			
Формування компетенцій: ЗК 01, ЗК02, ЗК04, СК01, СК07, СК08			
Результати навчання: РН02, РН03, РН06, РН08			
Рекомендовані джерела: 1-10			
Заняття 5.1. Міжнародна конкуренція. Види міжнародної конкуренції. Моделі п'яти сил конкуренції.	Лекція 5 2 год.		Пояснювально-ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
Заняття 5.2. Критерії вибору привабливих ринків.	Практичне заняття 8 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія
Заняття 5.3. Індекс економічної свободи. Підходи до вибору зарубіжних ринків.	Практичне заняття 9 2 год.	4 бали	Проведення модульного контролю №1 «Середовище міжнародного маркетингу. Міжнародні маркетингові дослідження. Сегментація міжнародного ринку»
Самостійна робота			
Тема 1. Сутність та специфіка міжнародного маркетингу.	10	2 бали	Міжнародний маркетинг – це. Етапи інтернаціоналізації.
Тема 2. Міжнародне маркетингове середовище.	10	2 бали	Міжнародне маркетингове середовище – це. Політико – правове середовище міжнародного маркетингу.
Тема 3. Міжнародні маркетингові дослідження.	10	2 бали	Суть міжнародних маркетингових досліджень. Типи міжнародних маркетингових досліджень.

Тема 4. Сегментація світового ринку.	10	2 бали	Стратегії сегментації.
Тема 5. Вибір зарубіжних ринків.	10	2 бали	Етапи сегментації світового ринку.
Розділ 2 «МОДЕЛІ ВИХОДУ НА ГЛОБАЛЬНОГО РИНОК. МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГОВИЙ КОМПЛЕКС»			
Тема 6. Моделі та стратегії виходу фірми на зовнішні ринки <u>Знати:</u> моделі та стратегії виходу фірми на зовнішній ринок, особливості прямого та непрямого експорту, критерії прямого інвестування <u>Вміти:</u> здійснювати стратегії виходу фірми на зовнішній ринок <u>Формування компетенцій:</u> ЗК 01, ЗК02, ЗК04, СК01, СК07, СК08 <u>Результати навчання:</u> РН02, РН03, РН06, РН08 <u>Рекомендовані джерела:</u> 1-10			
Заняття 6.1. Критерії та чинники вибору стратегії виходу на зовнішній ринок. Основні стратегії виходу на зовнішній ринок. Прямий та непрямий експорт.	Лекція 6 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
Заняття 6.2. Спільна підприємницька діяльність. Ліцензування. Франчайзинг.	Практичне заняття 10 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
Заняття 6.3. Основні риси прямого інвестування. Конкретні форми стратегій. Критерії прямого інвестування.	Практичне заняття 11 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
Тема 7. Міжнародний маркетинговий комплекс: товарна політика <u>Знати:</u> міжнародний маркетинговий комплекс, сутність міжнародної товарної політики та фактори впливу на неї, складові елементи товару та сервісу <u>Вміти:</u> використовувати маркетинговий комплекс, стратегії адаптації та стандартизації на міжнародному ринку <u>Формування компетенцій:</u> ЗК 01, ЗК02, ЗК04, СК01, СК07, СК08 <u>Результати навчання:</u> РН02, РН03, РН06, РН08 <u>Рекомендовані джерела:</u> 1-10			
Заняття 7.1. Поняття міжнародного маркетингового комплексу. Міжнародна товарна політика.	Лекція 7 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
Заняття 7.2. Стратегія адаптації. Стратегія стандартизації. Фактори що впливають на товарну політику.	Практичне заняття 12 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
Заняття 7.3. Життєвий цикл товару. Складові елементи товару. Складові сервісу.	Практичне заняття 13 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
Тема 8. Міжнародна цінова політика <u>Знати:</u> поняття міжнародної цінової політики, методика міжнародного ціноутворення <u>Вміти:</u> здійснювати міжнародну стратегію ціноутворення <u>Формування компетенцій:</u> ЗК 01, ЗК02, ЗК04, СК01, СК07, СК08 <u>Результати навчання:</u> РН02, РН03, РН06, РН08 <u>Рекомендовані джерела:</u> 1-9			
Заняття 8.1. Міжнародна цінова політика. Прямая маркетингова цінова політика.	Лекція 8 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів

Заняття 8.2. Ціни вільного ринку. Індекс цін. Ціни закритих ринків. Методика міжнародного ціноутворення.	Практичне заняття 14 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
Заняття 8.3. Методи непрямого ціноутворення. Розрахунок цін. Міжнародна стратегія ціноутворення.	Практичне заняття 15 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
Тема 9. Міжнародні канали розподілу			
Знати: особливості системи збуту, канали розподілу на міжнародному ринку, критерії вибору каналів збуту			
Вміти: вибирати учасників каналів розподілу, здійснювати збутову політику підприємства			
Формування компетенцій: ЗК 01, ЗК02, ЗК04, СК01, СК07, СК08			
Результати навчання: РН02, РН03, РН06, РН08			
Рекомендовані джерела: 1-10			
Заняття 9.1. Збутова політика підприємства. Система збуту. Основна мета збуту. Канали розподілу.	Лекція 9 1 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
Заняття 9.2. Критерії вибору каналів збуту. Методи збуту в міжнародному маркетингу. Види посередників у міжнародному маркетингу.	Практичне заняття 16 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
Заняття 9.3. Вибір учасників каналів розподілу. Форми роботи виробника з посередниками.	Практичне заняття 17 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
Тема 10. Міжнародні маркетингові комунікації			
Знати: комплекс міжнародних маркетингових комунікацій, особливості реклами, PR, стимулювання збуту у міжнародних маркетингових комунікаціях			
Вміти: формувати систему маркетингових комунікацій, здійснювати міжнародну комунікаційну політику			
Формування компетенцій: ЗК 01, ЗК02, ЗК04, СК01, СК07, СК08			
Результати навчання: РН02, РН03, РН06, РН08			
Рекомендовані джерела: 1-10			
Заняття 10.1. Комплекс маркетингових комунікацій. Міжнародна комунікаційна політика. Структура міжнародного комунікаційного процесу. Алгоритм формування системи маркетингових комунікацій. Реклама у міжнародних маркетингових комунікацій.	Лекція 10 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
Заняття 10.2. Функції реклами та міжнародної PR-кампанії. Типи та інструменти PR. Стимулювання збуту і міжнародному маркетингу. Переваги і недоліки стимулювання збуту. Особистий продаж. Переваги і недоліки особистого продажу.	Практичне заняття 18 2 год.	4 бали	Усне опитування, навчальна дискусія. Проведення модульного контролю №2 «Моделі виходу на зарубіжний ринок. Міжнародний маркетинговий комплекс»
Самостійна робота			
Тема 6. Моделі та стратегії виходу фірми на зовнішній ринок.	10	2 бали	Моделі виходу фірми на зовнішній ринок. Стратегії виходу фірми на зовнішній ринок.
Тема 7. Міжнародний маркетинговий комплекс: товарна політика.	10	2 бали	Міжнародна товарна політика. Фактори що впливають на товарну політику.

Тема 8. Міжнародна цінова політика.	10	2 бали	Міжнародна цінова політика. Міжнародна стратегія ціноутворення.
Тема 9. Міжнародні канали розподілу.	10	2 бали	Канали розподілу. Критерії вибору каналів збуту.
Тема 10. Міжнародні маркетингові комунікації	10	2 бали	Комплекс маркетингових комунікацій. Міжнародна комунікаційна політика.

МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

- Мультимедійний проектор;
- Комп'ютерний клас для проведення практичних занять.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Гоголь Г.П. Міжнародний маркетинг: Навч. посіб. – Львів: Вид. НУ «Львівська політехніка», 2004. – 148 с.
2. Каніщенко О.Л. Міжнародний маркетинг: теорія і господарські ситуації: навч. посіб. – К.: ІВЦ «Видавництво «Політехніка», 2007. - 152с.
3. Каніщенко О.Л. Міжнародний маркетинг: теорія і господарські ситуації: навч. посіб. – К.: ІВЦ «Видавництво «Політехніка», 2007. - 152с.
4. Каніщенко О.Л. Міжнародний маркетинг у діяльності українських підприємств. – К.: Знання, 2007. – 446 с.
5. Каніщенко О.Л. Міжнародний маркетинг у діяльності українських підприємств. – К.: Знання, 2007. – 446 с.
6. Мазаракі А., Чагон Т., Мельник Т. Міжнародний маркетинг: Підручник. – К.: Київ. держ. торгово-екон. унів., 2000. – 306 с.
7. Міжнародний маркетинг: Навч. посіб./за ред. Ю.Г. Козака. - Київ, ЦУЛ, 2014 р. - 294 с. <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/743/view/2004>
8. Міжнародний маркетинг: Навчально-методичний посібник. – Вид. 3-є, перероб. і доп. – Дніпропетровськ: Державний вищий навчальний заклад «Національний гірничий університет», 2012. – 210 с. <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/743/view/2007>
9. Рахман М. С. Міжнародний маркетинг : навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів / М. С. Рахман. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. – 180 с. <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/743/view/2008>
10. Савельєв Є.В. Європейська інтеграція та маркетинг. Наукові нариси. - Тернопіль: Карт-бланш, 2003. – 482 с.

ПОЛІТИКА КУРСУ («ПРАВИЛА ГРИ»)

- 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 Perezaxoxування 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://efaidnbmninnibpcapjcgclclefindmkaj/https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_96297052.pdf?2

КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Умовою допуску до підсумкового контролю є виконання всіх практичних робіт і виконання самостійних завдань, які передбачені структурою освітньої компоненти «Групова динаміка та комунікації»

Якщо здобувача вищої освіти не допущено до складання заліку, як такого, що не виконав індивідуальний план, йому надається час до перескладання для виконання всіх вимог допуску. Здобувач має право на два перескладання. При повторному перескладанні, залік може приймати комісія, яка створюється директором ННІМП. Оцінка комісії є остаточною. Отримання студентом 0 балів (неприйнятно) тягне відрахування за невиконання навчального плану.

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

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

30 (підсумкове оцінювання - Залік):

Форми контролю	Види навчальної роботи	Оцінювання
ПОТОЧНИЙ КONTРоль	<i>Робота на заняттях, у т.ч.:</i>	
	• Виконання практичних робіт	52 бали
	• Самостійна робота	18 балів
Підсумкове оцінювання Залік	Залік проходить у письмовій формі.	30 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	<p>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.</p> <p>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.</p>	<p>Високий</p> <p>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.</p>	<p align="center">Відмінно / Зараховано (А)</p>
82-89	<p>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.</p> <p>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.</p>	<p>Достатній</p> <p>Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни</p>	<p align="center">Добре / Зараховано (В)</p>
75-81	<p>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.</p>	<p>Достатній</p> <p>Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.</p>	<p align="center">Добре / Зараховано (С)</p>
64-74	<p>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.</p>	<p>Середній</p> <p>Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни</p>	<p align="center">Задовільно / Зараховано (D)</p>
60-63	<p>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.</p>	<p>Середній</p> <p>Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни</p>	<p align="center">Задовільно / Зараховано (E)</p>
35-59	<p>Студент може відтворити окремі фрагменти з курсу.</p> <p>Незважаючи на те, що програму навчальної дисципліни студент виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є невірними, необгрунтованими.</p> <p>Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у студента відсутня.</p>	<p>Низький</p> <p>Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни</p>	<p>Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не зараховано (FX) В залікову книжку не проставляється</p>
1-34	<p>Студент повністю не виконав вимог робочої програми навчальної дисципліни.</p> <p>Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними.</p> <p>Студент не допущений до здачі заліку.</p>	<p>Незадовільний</p> <p>Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни</p>	<p>Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням / Не допущений (F) В залікову книжку не проставляється</p>