

СИЛАБУС

ОК «РЕКЛАМНИЙ КРЕАТИВ»

Лектор курсу			Совершенна Ірина Олексіївна, кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу		Контактна інформація лектора (e-mail), Посилання на курс в GWE		e-mail: i.overshenna@duikt.edu.ua ; Код курсу: jbmamep Посилання на курс: https://classroom.google.com/c/NzEwNDA0MDc1NDcy	
Галузь знань			07 Управління та адміністрування		Рівень вищої освіти		бакалавр	
Спеціальність			075 Маркетинг		Семестр		8	
Освітня програма			«Маркетинг»		Тип дисципліни		Основна освітня компонента ОПП	
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:					
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка	
	4	120	18	-	28	-	74	

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню			Копірайтинг та основи редагування, Digital-маркетинг, Маркетингові комунікації, Маркетинг у соціальних мережах (SMM-маркетинг), Маркетингові чинники результативності бізнесу, Міжнародний маркетинг, Управління продажем, Управління персоналом					
Освітні компоненти для яких є базовою			Кваліфікаційна робота					

Мета курсу:	Мета викладання дисципліни полягає в освоєнні здобувачами положень зв'язаних з рекламною діяльністю підприємств усіх форм власності на основі маркетингу виходячи з об'єктивних закономірностей формування та розвитку рекламної діяльності, відображенні сучасного стану теоретичних досліджень і практичних розробок в області реклами.							
--------------------	---	--	--	--	--	--	--	--

Компетентності відповідно до освітньої програми

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)					Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетенції (ПП)			
ЗК 1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. ЗК 2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК 7. Здатність застосовувати професійні знання у практичних ситуаціях, уміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, приймати обґрунтовані рішення. 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 13. Здатність працювати в міжнародному контексті.					ПП 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі ПП 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності ПП11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. ПП12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу ПП13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос- функціональному розрізі ПП14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.			

ЗК 14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.	
Програмні результати навчання (ПРН)	
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.	

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ		
Тема, опис теми, оцінювання за тему	Вид заняття	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
Розділ 1. РЕКЛАМА В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГУ		
Тема 1. Сутність та розвиток реклами Знати: основні теоретичні і методологічні положення управління рекламною діяльністю; Вміти: застосовувати сучасні технології та методичні прийоми організації рекламної діяльності, застосовувати закони про регулювання рекламної діяльності. Формування компетенцій: ЗК 3, ЗК6, ЗК7, ЗК8, ЗК9, ППЗ, ПП12. Результати навчання: ПРН8, ПРН12. Рекомендовані джерела: 1, 2, 3, 8, 9, 11 Оцінювання за тему = 10 балів	Лекція 1 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 1 2 год.	Усне опитування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Обговорення: «Народження реклами у Древньому світі. Реклама у середні віка. Дореволюційна реклама. Реклама радянського періоду. Українська реклама кінця XX – початку XXI ст. Зарубіжна реклама кінця XX – початку XXI ст.»
	Самостійна робота 10 год	Обґрунтувати передумови появи реклами в Україні. Описати сутність поняття «реклама» та «рекламна діяльність» та основні їх характеристики на прикладах. Визначити роль законодавчих актів України в регулюванні рекламної діяльності Підготувати презентацію на одну з обраних тем: 1. Народження реклами у Древньому світі. 2. Реклама у середні віка.
Тема 2. Особливості сучасної реклами Знати: особливості та класифікацію реклами; Вміти: застосовувати закони про регулювання рекламної діяльності. Формування компетенцій: ЗК 1, ЗК 2, ЗК 3, ЗК6, ЗК9, ЗК13, ЗК14, ППЗ, ПП11, ПП12. Результати навчання: ПРН8, ПРН12. Рекомендовані джерела: 1, 2, 3, 4, 6, 11 Оцінювання за тему = 10 балів	Лекція 3 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 3 2 год.	Усне опитування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Обговорення «Рекламні стилі: реклама іміджу, реклама, яка спонукує; інтерактивна реклама, реклама організації (фірмова реклама)».
	Самостійна робота 10 год	Провести дослідження: Дореволюційна реклама. Реклама радянського періоду. Українська реклама кінця XX – початку XXI ст. Зарубіжна реклама кінця XX – початку XXI ст. Підготувати презентацію на одну з обраних тем: 1. Дореволюційна реклама. 2. Реклама радянського періоду. 3. Українська реклама кінця XX – початку XXI ст. 4. Зарубіжна реклама кінця XX – початку XXI ст.
Тема 3. Рекламні комунікації Знати: основні напрямки і цілі рекламної комунікації; Вміти: застосовувати сучасні технології та схеми рекламної комунікації на підприємстві. Формування компетенцій: ЗК 1, ЗК 2, ЗК6, ЗК7, ЗК9, ЗК13, ЗК14, ПП12.	Лекція 3 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 3 2 год.	Усне опитування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Навчальна дискусія «Специфічні риси рекламної комунікації. Відправник (комунікатор). Кодування. Канал комунікації. Одержувач (адресат). Відповідна реакція Зворотний зв'язок. Перешкоди».
	Лекція 4 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів

Результати навчання: ПРН8, ПРН12. Рекомендовані джерела: 1, 2, 3, 5, 9, 11 Оцінювання за тему = 15 балів	Практичне заняття 4 2 год.	Усне опитування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Тренінг «П'ять різних типів результатів чи ефектів, які досягаються за допомогою реклами: розвиток первинного попиту, створення чи підтримка популярності марки, створення і підтримка сприятливого відношення до марки, стимулювання наміру купити, спрощення закупівлі». Навчальна дискусія «Три основних етапи, які відповідають трьом рівням рекламної ефективності: сприйняття, відносини і поведінка»
	Самостійна робота 10 год	Провести дослідження рекламної комунікації на підприємстві Підготувати презентацію на одну з обраних тем: 1. Оцінка поведінкової реакції 2. Оцінка емоційної реакції 3. Мотиви з позиції рекламної комунікації
Тема 4. Психологія реклами Знати: Основи сприйняття реклами, методи впливу та переконання в рекламі, роль візуальних елементів у формуванні повідомлень, етичні аспекти психологічного впливу; особливості реклами в інклюзивному середовищі. Вміти: Створювати ефективні рекламні повідомлення, використовувати психологічні принципи впливу, уникати маніпулятивних та неетичних прийомів Формування компетенцій: ЗК 1, ЗК 2, ЗК 6, ЗК 7, ЗК 8, ПП 11, ПП 12. Результати навчання: ПРН8, ПРН12. Рекомендовані джерела: 1-4, 6, 9, 11 Оцінювання за тему = 15 балів	Лекція 5 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 5 2 год.	Усне опитування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Тренінг «Послідовне проходження покупцем таких стадій: усвідомлення потреби, знання (інформованість щодо товарів, їхніх властивостей, переваг), доброзичливе ставлення, надання переваги певній продукції, переконання, здійснення покупки». Навчальна дискусія «Вплив сучасної реклами на механізм прихованого управління людиною»
	Лекція 6 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 6 2 год.	Усне опитування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Тренінг «Сім основних моделей психологічної обробки інформації: модель головного шляху до переконання; модель побічного (другорядного) шляху до переконання; модель пізнавальної реакції; Навчальна дискусія «Особливості сприйняття реклами в інклюзивному середовищі».
	Самостійна робота 10 год	Створити ефективне рекламне повідомлення, використовуючи психологічні принципи впливу Підготувати презентацію на одну з обраних тем: 1. Значення психічних процесів у формуванні рекламного образу 2. Сугестивні технології та маніпулювання в рекламі
Розділ 2. ІНСТРУМЕНТИ ДОСЯГНЕННЯ ЦІЛЕЙ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ		
Тема 5. Рекламне звернення: його зміст і структура Знати: Основні елементи рекламного звернення, вимоги до змісту рекламного повідомлення, принципи адаптації звернень для різних аудиторій; Вміти: Розробляти структуру рекламного звернення відповідно до мети кампанії, створювати чіткі та переконливі повідомлення для цільової аудиторії. Формування компетенцій: ЗК 2, ЗК 3, ЗК 6, ЗК 7, ЗК 9, ЗК 13, ЗК 14, ПП 3, ПП 1. Результати навчання: ПРН8, ПРН12.	Лекція 7 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 9 2 год.	Усне опитування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Тренінг «Правила створення рекламного звернення» Навчальна дискусія «Фактори, які визначатимуть зміст рекламного звернення».
	Практичне заняття 10 2 год.	Усне опитування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Тренінг «Інструкції Джона Кейплза для написання рекламного тексту» Навчальна дискусія «Приклади розроблених слоганів у Студії Дениса Каплунова»
	Практичне заняття 11 2 год.	Усне опитування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Кейс. Процес створення рекламного звернення, створення рекламних заголовків
	Самостійна робота	Описати і обґрунтувати практичні принципи написання рекламного слогану. Розробити рекламну кампанію для вибраного підприємства і підготувати презентацію:

Рекомендовані джерела: 1-3, 6, 9, 11 Оцінювання за тему = 20 балів	14 год	«Рекламна кампанія - цілісна покрокова стратегія»
Тема 6. Розробка рекламного бюджету. Знати: Основні методи розрахунку рекламного бюджету; Вміти: розробляти рекламний бюджет. Формування компетенцій: ЗК 1, ЗК 2, ЗК 3, ЗК 6, ЗК 7, ЗК 8, ЗК 9, ЗК 14, ПП 8, ПП 12, ПП 13, ПП 14. Результати навчання: ПРН 8, ПРН 12. Рекомендовані джерела: 1, 2, 3, 8, 11 Оцінювання за тему = 15 балів	Лекція 8 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 12 2 год.	Усне опитування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Навчальна дискусія «Сучасні моделі прийняття рішень щодо рекламного бюджету»
	Самостійна робота 10 год	Провести дослідження традиційних методів планування бюджету рекламної діяльності та сучасних моделей прийняття рішень щодо асигнувань на рекламу. Підготувати презентацію на одну з обраних тем: 1. Основні фактори, що впливають на величину рекламного бюджету. 2. Основні методи розрахунку рекламного бюджету.
Тема 7. Оцінка ефективності рекламної діяльності Знати: Основні показники ефективності реклами, методи оцінки ефективності, Інструменти аналізу фактори, що впливають на результативність реклами. Вміти: організовувати рекламну компанію і управляти рекламною діяльністю підприємства. Формування компетенцій: ЗК 3, ЗК 6, ЗК 7, ЗК 8, ЗК 9, ЗК 14, ПП 3, ПП 8, ПП 11, ПП 12, ПП 13, ПП 14. Результати навчання: ПРН 8, ПРН 12. Рекомендовані джерела: 1, 2, 3, 8, 9, 11 Оцінювання за тему = 15 балів	Лекція 9 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 13 2 год.	Усне опитування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Навчальна дискусія «Десять основних критеріїв ефективної реклами Дітера Штайнбрехера» Кейс. Спосіб організації рекламного відділу на підприємстві.
	Практичне заняття 14 2 год.	Усне опитування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Навчальна дискусія «Метод порівняння обсягів реалізації до та після здійснення рекламного заходу». Кейс. Порівняння обсягів реалізації за один і той же період часу двох однотипових торговельних підприємств.
	Самостійна робота 10 год	Провести дослідження рекламних агенцій м. Києва або області з вказівкою послуг, які пропонуються і оцінити ефективність їх рекламної діяльності Підготувати презентацію на одну з обраних тем: 1. Етапи оцінки ефективності реклами, 2. Економічна ефективність рекламної діяльності.
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 Google Workspace for Education, інформації сайту Університету.		
ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ		
Основна 1. Санакоєва Н. Д., Березенко В. В. Теорія та практика реклами : <i>навчальний посібник</i> . Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2023. 114 с. https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2297/view/39 2. Дмитренко В. Основи рекламної діяльності : <i>навчально-методичний посібник для підготовки до практичних занять та самостійної роботи студентів</i> . Полтава: ПНПУ імені В. Г. Короленка, 2021. 52 с. https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2297/view/67 3. Іванечко Неля. Управління рекламною діяльністю: <i>навч. посібник</i> . Тернопіль: Західноукраїнський національний університет, 2022. 88 с. https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2297/view/68 4. Виноградова О. В., Крижко О. В., Молоков І. О. (2024) Ефективність впливу креативів таргетованої реклами на споживачів. <i>Економіка. Менеджмент. Бізнес</i> . №4 (47), С. 12-20. DOI: 10.31673/2415-8089.2024.041116 https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/3073		

5. Виноградова О. В., Крижко О. В., Недопако Н. М. Моніторинг комунікаційного клімату телекомунікаційних підприємств. (2024) *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки"*. 2024. №3. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-3-9771>
6. Виноградова О. В., Крижко О. В., Бондаренко С. А. (2023) Інноваційні рекламні технології у торговельно-розважальній сфері. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. № 4 .2023. С.4-8. <https://doi.org/10.31673>
7. Виноградова О., Недопако Н., Крижко О. (2021). Формування та розвиток поняття цифрового маркетингу. Соціально-економічні проблеми і держава. Вип. 2 (25). 2021. С. 162-170. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2021/21vovpcm.pdf/2415-8089.2023.040303>
8. Виноградова О. В., Совершенна І. О., Крижко О. В., Тарасюк А. В. (2020). Види ефективності рекламної діяльності підприємства. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". 2020. №8: <https://www.inter-nauka.com/issues/2020/8/5990>
9. Виноградова О. В., Крижко О.В., Мацюк Д. Організація рекламної діяльності на виробничому підприємстві. (2021). *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. Київ : ДУТ, 2021. №1. С.10-15. <http://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2527>
10. Сьомкіна Т.В., Крижко О.В., Єфанов О.О. Формалізація функції реклами в стратегії «швидкого розвитку» для підприємства стільникового ритейлу. *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: «Економічні науки*
11. Крижко О.В. Методичні рекомендації для самостійної роботи з дисципліни «Реклама та рекламна діяльність». Київ, ДУІКТ. 2024. 25 с. https://duikt.edu.ua/uploads/1_1532_15303197.pdf

Додаткова

1. Недопако Н.М., Крижко О.В., Пиндюра В.О. Засоби sale-promotion як інструмент підвищення ефективності діяльності ресторану. *Маркетинг майбутнього: виклики та реалії* : Матеріали V Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції (м. Київ, 9 червня 2023 року). ДУТ. Київ, 2023. С.44-42
2. Крижко О.В., Шабельник А. В. Розробка маркетингової стратегії просування інтернет-магазину. *Маркетинг майбутнього: виклики та реалії*: Матеріали IV Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції (м. Київ, 10 червня 2022 року) ДУТ. Київ, 2022. С.28-30.
3. Виноградова О.В., Крижко О.В., Шевченко Н.Б. Виявлення ключових проблем діяльності рекламної компанії *Маркетинг майбутнього: виклики та реалії* : Матеріали V Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції (м. Київ, 9 червня 2023 року). ДУТ. Київ, 2023. С. 66-69
4. Крижко О.В., Бесараб К.С. Управління рекламною кампанією. Телекомунікаційний простір ХХІ сторіччя: ринок, держава, бізнес: Матеріали I Міжнар. науково-практ. конференції (м. Київ, 18-19 грудня 2019 р.). Київ: ДУТ, 2019. С.162-168
5. Дрокіна Н.І. Теоретико-методологічні засади функціонування механізму інтегрованого Інтернет-маркетингу: монографія. Дніпро: 2020. 322с.
6. Офіційний сайт Американського центру продуктивності та якості. URL: <https://www.apqc.org/>
7. European Benchmarking Code Of Conduct .site EFQM. URL: [http://www.efqm.org/sites/default/files/benchmarking code of conduct.pdf](http://www.efqm.org/sites/default/files/benchmarking%20code%20of%20conduct.pdf)
8. <http://www.wilsonweb.com/> - Wilson Internet Services (Ресурси Інтернет-маркетингу).
9. <http://www.inau.org.ua/> - Інтернет асоціація України
10. <http://www.internetstatistic.com/> - світова статистика Інтернету
11. <http://bigmir-internet.com.ua/> - статистика українського Інтернету
12. <http://www.internetnews.com/> - світові новини Інтернету
13. <http://www.idc.com/> - дослідницька агенція IDC Analyze the Future
14. Про рекламу: Закон України : Закон України № 270/96-ВР у редакції від 26.07.2018р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>
15. Журнал «Новий маркетинг» URL: <http://marketing.web-standart.net/>.
16. Журнал «Маркетинг в Україні» URL: [http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php](http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/archive.php).
17. Офіційний сайт Української Асоціації Маркетингу. Головна сторінка URL: <http://uam.in.ua/>.
18. Українська версія журналу «Forbes URL: <http://forbes.ua/>.

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.

- 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.
- За ініціативою викладача зміст даного курсу оновлюється щорічно, враховуючи зміни у законодавстві України, наукові досягнення за тематикою освітньої компоненти. Здобувачі також можуть долучатись до оновлення дисципліни шляхом подання пропозицій викладачу.

- Здобувачі мають право на перезарахування результатів навчання набутих у **неформальній та інформальній освіті** згідно «Положення про неформальну освіту Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій» https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_35048489.pdf

Правила академічної доброчесності

- Здобувачі освіти у своїй навчальній діяльності зобов'язані дотримуватися цінностей, принципів і правил академічної доброчесності.
- Кожне навчальне завдання має бути виконане самостійно, крім випадків, коли його виконання передбачає участь декількох осіб або правилами виконання відповідних завдань дозволено отримання допомоги від інших осіб, використання допоміжних матеріалів та засобів, мережі Інтернет тощо.
- Кожен здобувач освіти у разі використання у своєму академічному творі результатів інтелектуального творіння інших авторів (текстів, ідей, розробок, тверджень, відомостей, думок тощо) зобов'язаний зробити посилання на відповідне джерело інформації.
- Навчальна робота може включати (повністю або частково) попередню навчальну роботу здобувача освіти лише у тому випадку, якщо це прямо дозволено умовами навчального завдання.
- В аудиторії здобувачі не допускаються до списування та обману – за порушення принципів академічної доброчесності викладач може накладати санкції: зниження балів, повернення роботи на доопрацювання, не допущення до захисту роботи та ін.

Здобувачі можуть ознайомитися із Кодексом академічної доброчесності Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій на сторінці сайту:

https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_96297052.pdf

КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Використовується накопичувальна (100 бальна) система оцінювання. Поточна успішність складається з успішності за оцінки за роботу на практичних заняттях та активність під час лекцій (участь у занятті максимально може принести 10 балів), можливе отримання додаткових балів (максимально 10 балів). Разом це є підсумковою оцінкою за вивчення навчальної дисципліни. Максимальна кількість балів – 100, мінімальна кількість балів – 60.

Форми контролю / Види навчальної роботи	Оцінювання
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ:	
<i>Робота на заняттях, у т.ч.</i>	
участь у експрес-опитуванні	за кожную правильну відповідь - 0,25 бали
доповідь з презентацією за тематикою самостійної роботи	за кожную презентацію (реферат) максимум - 8 балів (оцінка залежить від повноти розкриття теми, якості інформації, самостійності та креативності матеріалу, якості презентації і доповіді)
усне опитування, рішення практичних задач	за кожную правильну відповідь – 2,0 бали
участь у обговоренні ситуаційного завдання	за кожную правильну відповідь – 1,0 бали
участь у діловій грі, навчальній дискусії	за кожную участь - 0,5 бали
Додаткова оцінка за видами діяльності за тематикою дисципліни	
Участь у вебінарах, тренінгах	за кожен 0,1 кредити (3 год.) участі з отриманням сертифікату - 3 бали
Тези доповіді за участю у конференції	за кожен тези, які опубліковані - 3 бали
Стаття у виданні в Україні	за кожную статтю, яка опублікована - 5 балів
Стаття у іноземному виданні	за кожную статтю, яка опублікована - 8 балів
ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ: диференційований залік	Згідно критеріїв оцінювання

Здобувачу, який має підсумкову оцінку за дисципліну від 35 до 59 балів, призначається додаткова залікова сесія. В цьому разі він повинен виконати додаткові завдання, визначені викладачем. Підсумкова оцінка до 34 балів є підставою для обов'язкового повторного вивчення курсу. Здобувач має право на два перескладання. При повторному перескладанні, залік приймає комісія, яка створюється директором ННІМП. Оцінка комісії є остаточною. Здобувач має право на опротестування результатів контролю (апеляцію). Правила подання та розгляду апеляції визначені внутрішніми документами ДУІКТ

ПІДСУМКОВА ОЦІНКА ЗА ДИСЦИПЛІНУ			
бали	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка /затис в екзаменаційній відомості
90-100	Студент демонструє повні й міцні знання навчального матеріалу в обсязі, що відповідає силабусу 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 силабусом, або студент проявляє невпевненість в тлумаченні теоретичних положень чи складних практичних завдань	Високий Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в силабусі 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 (А)
82-89	Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає силабусу 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 (В)
75-81	Студент в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає силабусу 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 силабусу дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	Добре / Зараховано (С)
67-74	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений силабусом 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)
60-66	Студент має певні знання, передбачені в силабусі 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 силабусу дисципліни	Задовільно / Зараховано (Е)
35-59	Студент може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що силабус дисципліни студент виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є невірними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у студента відсутня.	Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни	Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не зараховано (FX) В залікову книжку не проставляється
0-34	Студент повністю не виконав вимог силабусу 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 проставляється