СИЛАБУС
ОК ВІЛЬНОГО ВИБОРУ ЗДОБУВАЧІВ
«КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ»

Лектор курсу	**Ігнатенко Ольга Василівна**, кандидат психологічних наук, доцент кафедри маркетингу
Контактна інформація лектора (e-mail),	o.ihnatenko@duikt.edu.ua
Сторінка курсу в Google Classroom	https://classroom.google.com/c/NzEwMTU3Njkz

Дисципліна вільного вибору здобувачів

Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:				
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка
	5	150	18	-	36	-	96

АНОТАЦІЯ КУРСУ

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

В результаті вивчення дисципліни здобувач має знати	**В результаті вивчення дисципліни здобувач має вміти**
- поняття та структуру контент маркетингу; - історію створення та формування популярності контент маркетинг; - поняття та цілі контент-маркетингу роботу в команді; - основні положення та інструментарій Тайм-менеджменту; - основні інструменти контент маркетингу; - методологію контент маркетингу; - популярні канали контент маркетингу; - основні тренди в контент маркетинзі - особливості застосування та просування контенту на різних ринках; - значення відео, аудіо, текстового контенту в інформаційному простору; - складові стратегії контент-маркетингу та потенціалу організації.; - типи взаємодії та компоненти контентів різних типів.	- застосовувати сучасні підходи до створення текстового та відео контенту; - наводити приклади застосування контент маркетингу; - аналізувати ефективний та неефективнмй контент та підраховувати конверсію по застосованим каналам; - створювати та просувати текстовий та відеоконтент; - використовувати різні методи та інструментарій контент маркетингу; - аналізувати просування та привернення уваги ЦА та утримання клієнтської бази; - застосовувати методики розробки різного контенту; - розвивати та підтримувати прагнення постійного розвитку у виробництві та просуненні контенту; - здійснювати комплексні заходи щодо контент-маркетингу; - аналізувати та застосовувати стратегії контент маркетингу; - особливості різних стратегій.; - формувати та реалізовувати стратегії контент-маркетингу у взаємодії з продакт менеджерами; - аналізувати інформацію про продукт та конкурентів; - використання інформації про продукт для контент маркетингу.

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми, оцінювання за тему	**Вид заняття**	**Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи**
РОЗДІЛ 1. «ОСНОВНІ СКЛАДОВІ КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГУ»		
Тема 1. Історія та сутність контент-маркетингу	Лекція 1 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів

Знати: поняття та структуру контент маркетингу; історію створення та формування популярності контент маркетингу,, поняття та цілі контент-маркетингу роботу в команді; основні положення та інструментарій Тайм-менеджменту. ***Вміти***: застосовувати сучасні підходи до створення текстового та відео контенту, наводити приклади застосування контент маркетингу, аналізувати ефективний та неефективнмй контент та підраховувати конверсію по застосованим каналам. Створювати та просувати текстовий та відеоконтент. ***Рекомендовані джерела:*** 1, 2, 3 **Оцінювання за тему = 16 балів**	Практичне заняття 1 2 год.	Усне опитування, тренінг з написання текстового та відеоконтенту. Аналіз відзнятого відео для різних інформаційних платформ, особливості подачіі нформації на різних ресурсах. Обговорення.
	Практичне заняття 2 2 год.	Усне опитування, визначення цільової аудиторії, особливості створення відеоконтенту та текстового наповнення для різних ЦА. Особливості подачі матеріалу різних цінових сегментів. Аналіз відеоконтенту. Формалізована фокус-група.
	Самостійна робота 16 год	Вправа «Історії трансформації контенту в цифровому та суспільному середовищі.» (зробити презентацію): Описати трансформацію Дізнатися про sсторі. та сутність контент-маркетингу/ Описати трансформацію та антологію влучного контент в різні історичні періоди.
Тема 2. Основні інструменти, методи та канали контент-маркетингу ***Знати***: основні інструменти контент маркетингу, методологія контент маркетингу, популярні канали контент маркетингу, основні тренди в контент маркетинзі. Особливості застосування та просування контенту на різних ринках. ***Вміти***: використовувати різні методи та інструментарій контент маркетингу, аналізувати просування та привернення уваги ЦА та утримання клієнтської бази. ***Рекомендовані джерела:*** 1, 2, 4 **Оцінювання за тему = 16 балів**	Лекція 2 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів Перелік Топ 5 платформ сьогодення, які займаються продажами.
	Практичне заняття 3 2 год.	Аналіз відзнятого відеоконтенту для платформ Facebook, Instagram.Усне опитування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	Практичне заняття 4 2 год.	Усне опитування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	Лекція 3 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів Відео курс Академії цитрус від практиків по створенню відеоконтента. Розбір відмінностей для різних платформ Facebook. YouTube. Twitter.Instagram..TikTok. Linkedin. Telegram..
	Практичне заняття 5 2 год.	Усне опитування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни Тренди контент-маркетингу 2024 🏆 AI інструмент, 🎧 Подкасти. 🔍 SEO. 😸 Мемчики 🎬 Короткі відео. 🔑 «Гачки». 📺 Відеоконтент (загальний та по платформам) 📲 UGC.

	Практичне заняття 6 2 год.	Усне опитування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни Тренди контент-маркетингу 2024 🏆 AI інструмент, 🎧 Подкасти. 🔍 SEO. 😸 Мемчики 🎬 Короткі відео. 🔑 «Гачки». 📺 Відеоконтент (загальний та по платформам) 📲 UGC.
	Самостійна робота 16 год	Описати методи та конали контент-маркетингу Обґрунтувати засоби та існуючі сучасні інструменту створення контенту. Проаналізувати існуючі канали та особливості просунення по кожному з них. Facebook. YouTube. Twitter.Instagram..TikTok. Linkedin. Telegram.
Тема 3. Етапи контент-маркетингу Різні підходи до формування етапів контент-маркетингу. Особливості проходження етапів контент-маркетингу. Поради щодо проходження етапів контент-маркетингу. ***Знати***: значення відео, аудіо, текстового контенту в інформаційному простору. Мотиви, способи, механізми користування (з позиції маркетолога) та сприйняття з позиції) споживача контенту; напрями використання трендів контент маркетингу 2024, складові сучасного професійного фахівця з контент маркетингу. ***Вміти***: застосовувати методики розробки різного контенту, розвивати та підтримувати прагнення постійного розвитку у виробництві та просуненні контенту. здійснювати комплексні заходи щодо контент-маркетингу. ***Рекомендовані джерела:*** 1, 2, 3 **Оцінювання за тему = 16 балів**	Лекція 4 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів. Відео-контент від практиків з позитивним та негативним досвідом створення контенту. Аналіз.
	Практичне заняття 7 2 год.	Усне опитування. Тренінг з лончування продуктів з різних ринків , аналіз контент-стратегій різних компаній. Розгляд етапів стратегій лідерів ринку.
	Практичне заняття 8 2 год.	Усне опитування. Розгляд етапів стратегій лідерів ринку.
	Самостійна робота 16 год.	Обґрунтувати епапи контент маркетингу відомих торгових марок та брендів (в рамках одного портфелю з різною стратегією) – Описати переваги та недоліки контент маркетингу різних продуктів на запропонованих ринків.
РОЗДІЛ 2. «ПРАКТИЧНІ ЗАСАДИ КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГУ»		
Тема 4. Стратегії контент-маркетингу	Лекція 5 2 год.	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів

Знати: складові Стратегії контент-маркетингу та потенціалу організації.; типи взаємодії та компоненти контентів різних типів. ***Вміти***: аналізувати та застосовувати стратегії контент маркетингу, особливості різних стратегій.; формувати та реалізовувати стратегії контент-маркетингу у взаємодії з продакт менеджерами або аналізувати інформацію про продукт та конкурентів, використання інформації про продукт для контент маркетингу. ***Рекомендовані джерела:*** 1, 2 **Оцінювання за тему = 18 балів**	Практичне заняття 9 2 год.	Усне опитування. Тренінг з розгляду виводу на ринок конкретних товарів та послуг з різних ринків.
	Практичне заняття 10 2 год.	Усне опитування. Ділова гра «Вибір стратегії». Аналіз та зворотній зв'язок від групи. Доповіді від груп.
	Самостійна робота 16 год	Описати і обґрунтувати особливості різних стратегій контент-маркетингу. – Обґрунтувати бар'єри та проаналізувати маркетингові бюджети, обґрунтувати пріоритети вкладення.
Тема 5. **Ефективність контент-маркетингу** ***Знати***: сутність і види міжособистісних стосунків; критерії міжособистісної сумісності; сутність, типи, стадії протікання конфлікту; причини виникнення конфліктних ситуацій; симптоми і тактики конфлікту, чинники, що впливають на хід конфлікту; шляхи запобігання та вирішення конфліктів. ***Вміти***: вирішувати суперечки в групах; проявляти стійкість та готовність до конфліктів в професійних комунікаціях; формувати стратегію поведінки у конфліктних ситуаціях; залагоджувати конфліктні ситуації та запобігати їхньому виникненню ***Рекомендовані джерела:*** 1-4 **Оцінювання за тему = 16 балів**	Лекція 6 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів.
	Практичне заняття 11 2 год.	Тренінг «Метрики для контент менеджера».(вимірювання ефективності та впливу на ЦА) демонструє загальні положення, що застосовуються сучасними маркетологами-практиками. Допомагає студентам розуміти, який саме діагностуючий та контролюючий інструментарій використовувати.
	Практичне заняття 12 2 год.	Тренінг «Метрики для контент менеджера».(вимірювання ефективності та впливу на ЦА) демонструє загальні положення, що застосовуються сучасними маркетологами-практиками. Допомагає студентам розуміти, який саме діагностуючий та контролюючий інструментарій використовувати.
	Практичне заняття 13 2 год.	Тренінг «Метрики для контент менеджера».(вимірювання ефективності та впливу на ЦА) демонструє загальні положення, що застосовуються сучасними маркетологами-практиками. Допомагає студентам розуміти, який саме діагностуючий та контролюючий інструментарій використовувати.
	Самостійна робота 16 год	– Обґрунтувати та проаналізувати матричний підхід в підрахунку ефективності контент маркетингу P&L
Тема 6.Технології контент-маркетингу ***Знати***: поняття, види технології контент-маркетингу, особливості різних технологій.	Лекція 7 2 год.	Лекція-візуалізація, аналіз контенту для стартапів, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 14 2 год.	Аналіз створених заголовків з різних ринків. Розгляд влучних та невлучних заголовків та текстів. Усне опитування.

Вміти: оптимізувати процеси та використовувати технології контент-маркетингу, виробляти PR стратегію для ЦА. Працювати в SCRAM та використовувати різну інформацію про продукт, взаємодіяти при роботі над стартапами ***Рекомендовані джерела:*** 1, 2, 3 **Оцінювання за тему = 18 балів**	Лекція 8 2 год.	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 15 2 год.	Аналіз створених заголовків з різних ринків. Розгляд влучних та невлучних заголовків та текстів. Усне опитування.
	Лекція 9 2 год.	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 16 2 год.	Усне опитування. Ділова гра: «Влучний текст»
	Практичне заняття 17 2 год.	Усне опитування. аналіз та зворотній зв'язок від групи. Доповіді від груп.
	Практичне заняття 18 2 год.	Усне опитування. Аналіз та зворотній зв'язок від групи. Доповіді від груп.
	Самостійна робота 16 год.	Обґрунтувати та проаналізувати особливості різних технологій контент-маркетингу

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. Виноградова О., Совершенна І., Ігнатенко О.В., Снітко А.С. Контент-маркетинг. *Навчальний посібник*. Київ: ДУІКТ, 2024. 119 с. https://duikt.edu.ua/uploads/l_2362_79023663.pdf
2. Виноградова О.В., Совершенна І. О., Ткачук Я.В. (2023). Особливості маркетингу цифрового контенту . Матеріали V Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «*Маркетинг майбутнього: виклики та реалії*»: (м. Київ, 9 червня 2023 року) ДУІКТ. Київ. С.12-15. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/p_2626_74392173.pdf
3. Совершенна І.О., Ігнатенко О.В., Артеменко Ю.О. (2025) Класифікація автентичного контенту в контексті довіри споживачів. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. Київ: ДУІКТ, № 4. 2025. с.48-60. DOI:10.31673/2415-8089.2025.043806 https://journals.duikt.edu.ua/index.php/emb/article/view/3391
4. Виноградова О. В., Совершенна І. О., Крижко О. В., Тарасюк А. В. Види ефективності рекламної діяльності підприємства // Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". — 2020. — №8. Режим доступу до журналу: https://www.inter-nauka.com/issues/2020/8/5990

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

Періодичні видання іноземних держав

5. Market Research Society (US) Сайт - http://www.marketingresearch.org/
6. Journal of Consumer Research Сайт - http://www.ejcr.org/

Періодичні видання і сайти України

7. Українська асоціація маркетингу Сайт - http://uam.in.ua
8. Журнал "Маркетинг в Україні" Сайт - http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/
9. Журнал "Marketing Media Review" Сайт - http://mmr.net.ua/

10. Тижневик "MarketingMix" Сайт - http://www.mm.com.ua/
11. Журнал "Маркетинг і реклама" Сайт - http://www.mr.com.ua/
12. Журнал "Маркетинг і цифрові технології" Сайт - http://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/about
13. Маркетинг Бізнес Сайт - http://www.marketing.biz.ua/
14. iМаркетинг - все для інтернет-маркетолога Сайт - http://imarketing.com.ua/
15. Рекламастер Сайт - http://www.reklamaster.com/
16. Marketer.ua Сайт http://www.marketer.ua/
17. Sostav.ua Сайт - http://www.sostav.ua/
18. Тижневик "MarketingMix" Сайт - http://www.mm.com.ua/
19. Реклама в Україні http://reklamonstr.com
20. Про рекламу https://www.proreklamu.com/
21. Маркетинг і реклама в Україні https://sostav.ua/

18. https://citrusua.esclick.me/sl?u=https%3A%2F%2Fpromo.ctrs.com.ua%2Facademia_insta_kurs%2F&iid=dd05f3c0-cf67-11ee-baa4-9156ad71f1f4&h=f24164d79b81bcfadf718a60d9d00e16

22. 19.https://citrusua.esclick.me/sl?u=https%3A%2F%2Fpromo.ctrs.com.ua%2Facademia_tiktok_kurs%2F&iid=d5dd5880-d4e0-11ee-b659-e7404b638a3f&h=37836247b97ed0ef95cb2aef0a897e07

ПОЛІТИКА КУРСУ («ПРАВИЛА ГРИ»)

- Курс передбачає роботу в колективі.
- Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.
- Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу.
- 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 активність під час лекцій, роботу на практичних заняттях, виконання завдань під час самостійної роботи. Всі завдання оцінюються відповідно вимог щодо змістовності та встановлених строків виконання і їх здачі. Якщо студента не допущено до складання заліку, як такого, що не виконав індивідуальний план, йому надається час до перескладання для виконання всіх вимог допуску. Студент має право на два перескладання. При повторному перескладанні заліку його у студента може приймати комісія, яка створюється директором ННІМП. Оцінка комісії є остаточною. У випадку отримання студентом 0 балів (неприйнятно), що тягне відрахування за невиконання навчального плану.

Для отримання додаткових балів, студент повинен надати копію сертифіката або друкованої публікації чи письмове повідомлення видавця, про прийняття до друку публікації. Тематика публікації (вебінара, курсу) повинна відповідати змісту дисципліни, при цьому студенту зараховується додаткові бали замість балів за виконання суміжних за тематикою практичних робіт. Максимальна кількість додаткових балів, що можуть бути зараховані за дисципліну – 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:	
Робота на заняттях, у т.ч.	
участь у експрес-опитуванні	за кожну правильну відповідь - 0,25 бали
доповідь з презентацією за тематикою самостійної роботи	за кожну презентацію (реферат) максимум – 5 балів (оцінка залежить від повноти розкриття теми, якості інформації, самостійності та креативності матеріалу, якості презентації і доповіді)
усне опитування, рішення практичних задач	за кожну правильну відповідь – 0,25 бали
участь у обговоренні ситуаційного завдання	за кожну правильну відповідь – 0 ,5 бали
участь у діловій грі, навчальній дискусії	за кожну участь - 0,25 бали
Додаткова оцінка за видами діяльності за тематикою дисципліни	
Участь у вебінарах, тренінгах	за кожні 0,1 кредити (3 год.) участі з отриманням сертифікату - 3 бали
Тези доповіді за участю у конференції	за кожні тези, які опубліковані - 3 бали
Стаття у виданні в Україні	за кожну статтю, яка опублікована - 5 балів
Стаття у іноземному виданні	за кожну статтю, яка опублікована - 8 балів
ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ: диференційований залік	Згідно критеріїв оцінювання

ПІДСУМКОВА ОЦІНКА ЗА ДИСЦИПЛІНУ			
бали	**Критерії оцінювання**	**Рівень компетентності**	**Оцінка** /*запис в екзаменаційній відомості*
90-100	Студент демонструє повні й міцні знання навчального матеріалу в обсязі, що відповідає 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 вивчені інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивчені 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 вивчені 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 розглядались 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 відсутні.	Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивчені 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*