

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ»

Лектор курсу		Недопако Наталія Миколаївна старший викладач кафедри маркетингу		Контактна інформація лектора (e-mail), сторінка курсу в Moodle		e-mail: marketing_dut@ukr.net ; сторінка курсу в Moodle – http://dl.dut.edu.ua/course/view.php?id	
Галузь знань		073 «Управління та адміністрування»		Рівень вищої освіти		бакалавр	
Спеціальність		075 «Маркетинг»		Семестр		6	
Освітня програма		«Маркетинг»		Тип дисципліни		Вибірков	
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:				
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка
	5	150	24	-	36	-	90

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	«Маркетинг», «Сучасні види маркетингу», «Маркетингові комунікації», «Маркетингові дослідження і бізнес-аналітика», «Інтернет-маркетинг», «Електронний бізнес»
Освітні компоненти для яких є базовою	«Засади відкриття власного бізнесу», «Маркетингові чинники результативності бізнесу», «Управління продажами та брендами», «Маркетингова товарна та цінова політика»
Мета курсу:	формування у студентів загальних і професійних компетентностей з використання СММ маркетингу як інструмента просування бізнесу у соціальних мережах.

Компетентності відповідно до освітньої програми

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)	Hard-skills / Спеціальні компетентності (СК)
<p>ЗК 5. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість, мотивувати людей та рухатися до спільної мети, бути наполегливим у досягненні поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій, пакетів прикладних програм, економіко-математичних методів та моделей.</p> <p>ЗК 10. Здатність професійно спілкуватися державною та іноземною мовами як усно, так і письмово.</p> <p>ЗК 11. Здатність працювати в команді та автономно, навички міжособистісної взаємодії.</p> <p>ЗК 12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності)</p> <p>ЗК 14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>	<p>ПП10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності</p>

Програмні результати навчання (ПРН)

- ПРН 7.** Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового
- 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.
- ПРН 13.** Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
- ПРН 15.** Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод
- ПРН 16.** Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
- ПРН 17.** Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
- ПРН 18.** Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми	Вид заняття	Оцінювання за тему	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
Розділ 1. ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ, ЦІЛІ, СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ			
<p>Тема 1. Особливості маркетингу у соціальних мережах Знати: особливості маркетингу у соціальних мережах Вміти: визначати особливості маркетингової діяльності в соціальних мережах Формування компетенцій: ЗК5, ЗК9-ЗК12, ЗК14, ПП10 Результати навчання: ПРН 7, ПРН 8, ПРН 12, ПРН13, ПРН15 Рекомендовані джерела: 1-12</p>	Лекція 1	5,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 1		Усне опитування, навчальна дискусія «Чому саме такий рейтинг найбільш популярних соціальних мереж в Україні?»
<p>Тема 2. Соціальні мережі в структурі сучасного суспільства Знати: специфіку бізнесу в соціальних мережах. Вміти: вибирати майданчики в соціальних мережах для просування бізнесу, на яких сконцентровані потенційні клієнти; Формування компетенцій: ЗК5, ЗК9, ЗК11, ЗК12 Результати навчання: ПРН 7, ПРН 8, ПРН 12 Рекомендовані джерела: 1-12</p>	Лекція 2	11*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 2		Усне опитування, ділова гра «Бізнес в соцмережах»
	Лекція 3		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 3		Навчальна дискусія «Майданчики в соціальних мережах – проблеми і перспективи для просування бізнесу»
<p>Тема 3. Маркетингова стратегія соціальних мереж Знати: всі можливі видів та методів просування в соціальних мережах Вміти: розробляти стратегію просування в соціальних мережах Формування компетенцій: ЗК5, ЗК9, ЗК12, ЗК14 Результати навчання: ПРН 7, ПРН 8, ПРН 12, ПРН 16 Рекомендовані джерела: 1-12</p>	Лекція 4	11*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 5		Опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
	Лекція 5		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 6		Усне опитування, навчальна дискусія «Які методи краще для просування в соцмережах», доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	Практичне заняття 7		Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
<p>Тема 4. Особливості створення контенту для соціальних мереж Знати: особливості які необхідно враховувати при складанні контент-плану для різних видів бізнесу різних видів бізнесу. Вміти: складати контент-план для різних видів соціальних мереж Формування компетенцій: ЗК9, ЗК10, ЗК11, ЗК12 Результати навчання: ПРН 7, ПРН 8, ПРН 12, ПРН 16, ПРН 17 Рекомендовані джерела: 1-12</p>	Лекція 6	5,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 8		Опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
	Практичне заняття 9		Модульний контроль № 1«ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ, ЦІЛІ, СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ»
<p>Тема 1. Особливості маркетингу у соціальних мережах Тема 2. Соціальні мережі в структурі сучасного суспільства Тема 3. Маркетингова стратегія соціальних мереж Тема 4. Особливості створення контенту для соціальних мереж</p>	Самостійна робота		<ol style="list-style-type: none"> 1. Написати визначення «соціальна мережа» 2. Описати типи соціальних мереж 3. Рейтинг найбільш популярних соціальних мереж в Україні 4. Як використовуються соціальні мережі у маркетингових

			<p>стратегіях підприємств.</p> <p>5. Як побудувати SMM-стратегію?</p> <p>6. Назвати основні етапи розробки SMM стратегії</p> <p>7. Типи контенту в соціальних мережах</p> <p>8. Який контент необхідний для генерації трафіку на сайт?</p> <p>9. Для чого потрібний і як створити контент-план?</p> <p>10. Описати білі, сірі та чорні методи просування в соцмережах.</p> <p>11. Правила вибору методів для просування в соцмережах. залежності від виду діяльності компанії.</p> <p>12. Основні помилки просування в соціальних мережах</p>
Розділ 2. ВИВЧЕННЯ РЕКЛАМНОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ ПОПУЛЯРНИХ СОЦМЕРЕЖ: FACEBOOK, INSTAGRAM, ОСОБЛИВОСТІ КОНТЕНТУ, ПРОСУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ SMM			
<p>Тема 5. Характеристика та особливості просування в Facebook.</p> <p>Знати: способи просування компанії в соціальній мережі Facebook.</p> <p>Вміти: створювати і розвивати профіль та групи компанії в Facebook</p> <p>Формування компетенцій: ЗК5, ЗК9, ЗК10, ЗК11, ЗК12</p> <p>Результати навчання: ПРН 7, ПРН 8, ПРН 12, ПРН 16, ПРН 17</p> <p>Рекомендовані джерела: 1-12</p>	Лекція 7	5,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 10		Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою, демонстрація створених акаунтів в Facebook.
<p>Тема 6. Стратегія просування та реклама в Instagram</p> <p>Знати: способи просування компанії в соціальній мережі Instagram;</p> <p>Вміти: розробляти стратегії просування в Instagram;</p> <p>Формування компетенцій: ЗК5, ЗК9, ЗК10, ЗК11, ЗК12</p> <p>Результати навчання: ПРН 7, ПРН 8, ПРН 12, ПРН 16</p> <p>Рекомендовані джерела: 1-12</p>	Лекція 8	5,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 11		Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою, демонстрація створених акаунтів в Instagram.
	Практичне заняття 12		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів.
			Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни, демонстрація різних видів контенту на створених акаунтах в Instagram.
<p>Тема 7. Linkedin і Twitter як інструмент просування бізнесу.</p> <p>Знати: способи просування компанії в соціальній мережі Linkedin і Twitter</p> <p>Вміти: розробляти стратегії просування в Linkedin і Twitter;</p> <p>Формування компетенцій: ЗК5, ЗК9, ЗК10, ЗК11, ЗК12, ЗК14</p> <p>Результати навчання: ПРН 7, ПРН 8, ПРН 12, ПРН 12, ПРН 16</p> <p>Рекомендовані джерела: 1-12</p>	Лекція 9	5,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 13		Тестування, опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Тренінг з просування в Linkedin і Twitter
<p>Тема 8. Рекламний інструментарій популярних соціальних мереж: Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter</p> <p>Знати: сучасні інструменти соціальних мереж;</p> <p>Вміти: підбирати необхідний інструментарій для просування в залежності від</p>	Лекція 10	5,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 14		Тестування, опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення

типу соціальної мережі; Формування компетенцій: ЗК5, ЗК9, ЗК10, ЗК11, ЗК12, ЗК14 Результати навчання: ПРН 7, ПРН 8, ПРН 12, ПРН 12, ПРН 16, ПРН 18 Рекомендовані джерела: 1-12	Практичне заняття 15		дисципліни.
Тема 9. Соціальний копірайтінг та особливості написання текстів для соціальних мереж. Знати: особливості та правила написання постів у соціальних мережах; Вміти: писати рекламні тексти, які стимулюють купити товар, послугу чи ідею; Формування компетенцій: ЗК5- ЗК14 Результати навчання: ПРН 7, ПРН 8, ПРН 12, ПРН 12, ПРН 16, ПРН 18 Рекомендовані джерела: 1-12	Лекція 11	5,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 16		Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Тренінг з написання постів у соціальних мережах
Тема 10. Ефективність роботи в соціальних мережах Знати: методи визначення ефективності роботи в соціальних мережах; Вміти: аналізувати показники ефективності роботи в соціальних мережах; Формування компетенцій: ЗК5, ЗК9, ЗК10, ЗК11, ЗК12, ЗК14 Результати навчання: ПРН 7, ПРН 8, ПРН 12, ПРН 12, ПРН 16, Рекомендовані джерела: 1-12	Лекція 12	5,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 17		Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
	Практичне заняття 18		Модульний контроль № 2 «ВИВЧЕННЯ РЕКЛАМНОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ ПОПУЛЯРНИХ СОЦМЕРЕЖ: FACEBOOK, INSTAGRAM, ОСОБЛИВОСТІ КОНТЕНТУ, ПРОСУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ SMM»
Тема 5. Характеристика та особливості просування в Facebook Тема 6. Стратегія просування та реклама в Instagram Тема 7. LinkedIn і Twitter як інструмент просування бізнесу. Тема 8. Рекламний інструментарій популярних соціальних мереж: Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter Тема 9. Соціальний копірайтінг та особливості написання текстів Тема 10. Ефективність роботи в соціальних мережах	Самостійна робота		<ol style="list-style-type: none"> 1. Якій сфері бізнесу підходить просування в Facebook? 2. Функції, які може виконувати (в залежності від особливостей бізнесу) SMM в Facebook? 3. Як побудувати успішну SMM кампанію в Facebook? 4. Варіанти розкрутки сторінок в Facebook. 5. Переваги просування в Facebook? 6. Особливості реклама в Instagram, як зробити ефективний рекламний пост? 7. Які результати можна отримати від просування в Instagram? 8. Способи просування в Інстаграм? 9. Особливості замовлення реклами у блогерів? 10. Реклама в соціальних мережах – сутність і дилеми 11. Типи рекламних кампаній: лідогенерація, трафік, відстеження конверсій, охоплення, впізнаваність бренду та інші 12. Просування в соціальних мереж з обмеженим бюджетом на маркетинг. 13. Ефективні методи просування в соціальних мережах 14. Основні помилки в SMM або як не відштовхнути свого клієнта 15. Розробка та реалізація SMM стратегії для просування бренду 16. Якими показниками оцінюється ефективність роботи у соціальних мережах?

МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

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

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Виноградова О.В., Дрокіна Н.І. Електронний бізнес. Навчальний посібник. – Київ: ДУТ, 2018. – 292 с. <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/743/view/1477>
2. Актуальний інтернет-маркетинг. А. Воронюк. А. Полищук — К.: «Агентство «ІРІО», 2018. — 160 с. : http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1250_17559491.pdf
3. Акулич М. В. Інтернет-маркетинг: Учебник для бакалавров / М. В. Акулич. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. — 352 с.
4. Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг. Навчальний посібник – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 332 с. http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1660_62195029.pdf
5. Царьов Р.Ю. Електронна комерція: навчальний посібник з підготовки бакалаврів – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2010. – 112 с. - <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/669/view/467>
6. Юдін О. М. Системи електронної комерції: створення, просування і розвиток: монографія / О. М. Юдін, М. В. Макарова, Р. М. Лавренюк. –
7. Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011. – 201 с. - <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/669/view/1231>
8. Зайцева О.О., Болотинюк І.М. Електронний бізнес: Навчальний посібник. / За наук. ред. Н.В. Морзе. – Івано-Франківськ : «Лілея-НВ» – 2015. – 264 с. - <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/669/view/1658>
9. Федішин І.Б. Електронний бізнес та електронна комерція – Тернопіль, ТНТУ імені Івана Пулюя, 2016. – 97 с. - <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/669/view/1659>
10. Недопако Н.М. Інструменти цифрового маркетингу: теоретичний аспект. Економіка. Менеджмент. Бізнес. -2020. - №2. – С. 43-48.
11. Недопако Н.М. Маркетинг в соціальних мережах як ефективний інструмент діяльності підприємства Міжнар. науковий журнал "Інтернаука". 2020. №18.
12. Drokina N., Nedopako N. Role of inbound marketing strategy in enterprise development. Телекомунікаційний простір ХХІ сторіччя: ринок, держава, бізнес: Київ: ДУТ, 2019. С.153-158. URL: <https://bit.ly/2Ax9csd>

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 студент відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.
- Під час роботи над завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності: при використанні Інтернет ресурсів та інших джерел інформації студент повинен вказати джерело, використане в ході виконання завдання. У разі виявлення факту плагіату студент отримує за завдання 0 балів.
- Студент, який спізнився, вважається таким, що пропустив заняття з неповажної причини 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 студент видаляється з заняття, за заняття отримує 0 балів.

КРИТЕРІЙ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Умовою допуску до підсумкового контролю є набрання студентом 30 балів у сукупності за всіма темами дисципліни

Форми контролю	Види навчальної роботи	Оцінювання
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ	<i>Робота на заняттях, у т.ч.:</i>	
	• присутність на заняттях (при пропусках занять з поважних причин допускається відпрацювання пройденого матеріалу)	за кожне відвідування 0,55 бала
	• участь у експрес-опитуванні	за кожну правильну відповідь 0,25 бала
	• доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни (оцінка залежить від повноти)	за кожну презентацію (реферат) максимум 3

	розкриття теми, якості інформації, самостійності та креативності матеріалу, якості презентації і доповіді), підготовка реферату	бали
	• усне опитування, тестування, рішення практичних задач	за кожну правильну відповідь 0,5 бала
	• участь у навчальній дискусії, обговоренні ситуаційного завдання	за кожну правильну відповідь 2 бали
	• участь у діловій грі	за кожну участь 1 бал
РУБІЖНЕ ОЦІНЮВАННЯ (МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ)	Модульний контроль № 1 «ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ, ЦІЛІ, СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ»	максимальна оцінка – 15 балів
	Модульний контроль № 2 «ВИВЧЕННЯ РЕКЛАМНОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ ПОПУЛЯРНИХ СОЦМЕРЕЖ: FACEBOOK, INSTAGRAM, ОСОБЛИВОСТІ КОНТЕНТУ, ПРОСУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ SMM»	максимальна оцінка – 15 балів
Додаткова оцінка	Участь у наукових конференціях, підготовка наукових публікацій, участь у Всеукраїнських та Міжнародних конкурсах наукових студентських робіт за спеціальністю, створення кейсів тощо.	Звільняється від заліку
ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ Екзамен	Метою екзамену є контроль сформованості практичних навичок та професійних компетентностей, необхідних для виконання професійних обов'язків. Екзамен проходить у письмовій формі.	30 балів

ПІДСУМКОВА ОЦІНКА ЗА ДИСЦИПЛІНУ

бали	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка /зapis 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 стосується дисципліни, яка вивчається, але виходить за рамки об'єму матеріалу, передбаченого робочою програмою, або студент проявляє невпевненість в тлумаченні теоретичних положень чи складних практичних завдань.	Високий Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в робочій програмі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.	Відмінно / Зараховано (A)
82-89	Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає робочій програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, дає вичерпні пояснення.	Достатній Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни	Добре / Зараховано (B)
75-81	Студент в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає робочій програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати при вирішенні типових практичних завдань, але допускає окремі неточності.	Достатній Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни.	Добре / Зараховано (C)

	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.	Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	
64-74	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений робочою програмою дисципліни, та розуміє постанову стандартних практичних завдань, має пропозиції щодо напрямку їх вирішень. Розуміє основні положення, що є визначальними в курсі, може вирішувати подібні завдання тим, що розглядалися з викладачем, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усувати за допомогою викладача.	Середній Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни	Задовільно / Зараховано (D)
60-63	Студент має певні знання, передбачені в робочій програмі дисципліни, володіє основними положеннями, що вивчаються на рівні, який визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень, студент з труднощами пояснює правила вирішення практичних/розрахункових завдань дисципліни. Виконання практичних / індивідуальних / контрольних завдань значно формалізовано: є відповідність алгоритму, але відсутнє глибоке розуміння роботи та взаємозв'язків з іншими дисциплінами.	Середній Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни	Задовільно / Зараховано (E)
35-59	Студент може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що програму навчальної дисципліни студент виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є невірними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у студента відсутня.	Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни	Незадовільно з можливістю повторного складання / Не зараховано (FX) <i>В залікову книжку не представляється</i>
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) <i>В залікову книжку не представляється</i>