

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ІНТЕРАКТИВНИЙ МАРКЕТИНГ»

Лектор курсу		Дрокіна Ніна Іванівна, доктор економічних наук, доцент 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/category.php?id	
Галузь знань		073 «Управління та адміністрування»		Рівень вищої освіти		магістр	
Спеціальність		075 «Маркетинг»		Семестр		10	
Освітня програма		«Маркетинг»		Тип дисципліни		Вибіркова	
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:				
	5	150	Лекцій 36	Семінарських занять -	Практичних занять 36	Лабораторних занять -	Самостійна підготовка 78

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	Аналіз і планування маркетингової діяльності, Оцінка ефективності маркетингових рішень
Освітні компоненти для яких є базовою	Переддипломна практика. Кваліфікаційна робота магістра.

Мета курсу:	формування у студентів загальних і професійних компетентностей з основ інтерактивного маркетингу, вивчення загальних принципів використання каналів інтерактивного маркетингу; отримання навичок створення електронного магазину, розміщення реклами в Інтернеті, участь у форумах, використання електронної пошти.
--------------------	---

Компетентності відповідно до освітньої програми

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)	Hard-skills / Спеціальні компетентності (СК)
ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії, спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня, вести переговори. ЗК7. Здатність до ініціативності, відповідальності та підприємливості	ПП 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу ПП 4. Здатність демонструвати творчий підхід до роботи за фахом, генерувати нові ідеї та нестандартні підходи до їх реалізації, розробляти і застосовувати маркетингові інноваційні технології та креативні стратегії ПП 8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування ПП10. Здатність до використання інформаційних і комунікаційних технологій, застосування сучасних Інтернет-технологій в управлінні маркетинговою діяльністю

Програмні результати навчання (ПРН)

<p>ПРН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</p> <p>ПРН 2. Вміти адаптувати і застосувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта .</p> <p>ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними</p> <p>ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта .</p> <p>ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу .</p> <p>ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку .</p> <p>ПРН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p>

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми	Вид заняття	Оцінюван ня за тему	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
Розділ 1. Основи таргетивного маркетингу			
Тема 1. Сутність Інтерактивного маркетингу <u>Знати:</u> сутність інтерактивного маркетингу; підходи по поняття інтерактивності; основні сучасні тенденції інтерактивного маркетингу; причини, що зумовлюють необхідність використання інтерактивного маркетингу; особливості інтерактивного маркетингу на підприємстві <u>Вміти:</u> визначати та аналізувати сучасні тенденції розвитку інтерактивного Маркетингу <u>Формування компетенцій:</u> ЗК5, ЗК7, ПП1, ПП4, ПП8, ПП10 <u>Результати навчання:</u> ПРН1, ПРН 2, ПРН6 – ПРН8, ПРН14, ПРН15 <u>Рекомендовані джерела:</u> 1-16	Лекція 1	4,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 1		Усне опитування, навчальна дискусія «Причини, що зумовлюють необхідність використання інтерактивного маркетингу»
Тема 2. Можливості Інтерактивного маркетингу <u>Знати:</u> основні можливості інтерактивного маркетингу для діяльності підприємства: ідентифікація користувачів; активізація споживачів; використання ефектів вірусного маркетингу; зниження витрат на розповсюдження рекламної інформації; відносно низька вартість інтерактивного маркетингу; практики використання інтерактивних маркетингових комунікацій в ефективності роботи підприємств <u>Вміти:</u> використовувати можливості інтерактивного маркетингу при плануванні розвитку діяльності підприємства <u>Формування компетенцій:</u> ЗК5, ЗК7, ПП1, ПП4, ПП8, ПП10 <u>Результати навчання:</u> ПРН1, ПРН 2, ПРН6 – ПРН8, ПРН14, ПРН15 <u>Рекомендовані джерела:</u> 1-16	Лекція 2	4,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 2		Усне опитування, тестування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	Лекція 3		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 3		Усне опитування. Тренінг: «Практики використання інтерактивних маркетингових комунікацій в ефективності роботи підприємств».
Тема 3. Канали інтерактивного маркетингу <u>Знати:</u> основні канали і їх характеристику: створення електронного магазину, розміщення реклами в Інтернеті, участь у форумах, використання електронної пошти; розробка плану використання різних інтерактивних каналів при плануванні маркетингової діяльності; оцінка ефективності різних інтерактивних каналів маркетингу <u>Вміти:</u> формувати план використання різних каналів інтерактивного маркетингу та оцінювати їх ефективність <u>Формування компетенцій:</u> ЗК5, ЗК7, ПП1, ПП4, ПП8, ПП10 <u>Результати навчання:</u> ПРН1, ПРН 2, ПРН6 – ПРН8, ПРН14, ПРН15 <u>Рекомендовані джерела:</u> 1-16	Лекція 4	4,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 4		Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни. Тренінг «Розробка плану використання різних інтерактивних каналів при плануванні маркетингової діяльності»
Тема 4. Створення електронного магазину <u>Знати:</u> сутність та основні інтерактивні елементи електронного магазину; розробка та моделювання основних інтерактивних блоків інтернет-магазину;	Лекція 5	4,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів

<p>використання інструментів Figma та Canva для моделювання інтерактивних елементів електронного магазину; основні вимоги до інтерактивних блоків у структурі електронного магазину</p> <p>Вміти: використовувати інструментів Figma та Canva для моделювання інтерактивних елементів електронного магазину; управління інтерактивними маркетинговими комунікаціями інтернет-магазину</p> <p>Формування компетенцій: ЗК5, ЗК7, ПП1, ПП4, ПП8, ПП10</p> <p>Результати навчання: ПРН1, ПРН 2, ПРН6 – ПРН8, ПРН14, ПРН15</p> <p>Рекомендовані джерела: 1-16</p>	Практичне заняття 5		Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	Лекція 6		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 6		Навчальна дискусія: «Використання інструментів Figma та Canva для моделювання інтерактивних елементів електронного магазину»
<p>Тема 5. Розміщення реклами в Інтернеті у спеціальних розділах</p> <p>Знати: особливості Інтернет-реклами та вимоги до розміщення реклами в Інтернеті у спеціальних розділах; вибір комерційних оперативно-інформаційних служб, певних груп новин Інтернет, що створюються спеціально для комерційних цілей для розміщення інформації; переваги та недоліки розміщення реклами в Інтернеті у спеціальних розділах</p> <p>Вміти: підготувати рекламне повідомлення для розміщення в Інтернеті у спеціальних розділах</p> <p>Формування компетенцій: ЗК5, ЗК7, ПП1, ПП4, ПП8, ПП10</p> <p>Результати навчання: ПРН1, ПРН 2, ПРН6 – ПРН8, ПРН14, ПРН15</p> <p>Рекомендовані джерела: 1-16</p>	Лекція 7	4,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 7		Усне опитування, Навчальна дискусія: «Переваги та недоліки розміщення реклами в Інтернеті у спеціальних розділах», Навчальна дискусія «Особливості Інтернет-реклами та вимоги до розміщення реклами в Інтернеті у спеціальних розділах»
	Лекція 8		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 8		Модульний контроль №1 Основи інтерактивного маркетингу
<p>Тема 1. Сутність Інтерактивного маркетингу</p> <p>Тема 2. Можливості Інтерактивного маркетингу</p> <p>Тема 3. Канали інтерактивного маркетингу</p> <p>Тема 4. Створення електронного магазину</p> <p>Тема 5. Розміщення реклами в Інтернеті у спеціальних розділах</p>	Самостійна робота		<p>1) сутність інтерактивного маркетингу; підходи по поняття інтерактивності</p> <p>2) основні можливості інтерактивного маркетингу для діяльності підприємства: ідентифікація користувачів;</p> <p>3) основні канали і їх характеристику: створення електронного магазину</p> <p>4) сутність та основні інтерактивні елементи електронного магазину</p> <p>5) особливості Інтернет-реклами та вимоги до розміщення реклами в Інтернеті у спеціальних розділів</p>
Розділ 2. Механізм інтерактивного маркетингу			
<p>Тема 6. Участь у форумах, групах новин і дошках оголошень</p> <p>Знати: особливості участі форумах, групах новин і дошках оголошень як каналів інтерактивного маркетингу; підходи до вибору площадок для розміщення реклами; підготовка та розробка плану ведення рекламних кампаній на інших площадках; оцінка ефективності участі у форумах, групах новин і дошках оголошень</p> <p>Вміти: обґрунтовувати вибір площадок для участі у форумах, групах новин і</p>	Лекція 9	4,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 9		Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	Лекція 10		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 10		Усне опитування, Тренінг «Оцінка ефективності участі у форумах, групах новин і дошках оголошень»

<p>дошках оголошень</p> <p>Формування компетенцій: ЗК5, ЗК7, ПП1, ПП4, ПП8, ПП10</p> <p>Результати навчання: ПРН1, ПРН 2, ПРН6 – ПРН8, ПРН14, ПРН15</p> <p>Рекомендовані джерела: 1-16</p>			
<p>Тема 7. Використання електронної пошти і Web-повідомлення</p> <p>Знати: основи роботи з електронною поштою через веб - інтерфейс: реєстрація поштової скриньки, надсилання, отримання й перенаправлення повідомлень; сутність емейл-маркетингу та його етапи; принципи функціонування електронної пошти. Сучасний пакет E-mail; проблеми які можуть виникати при доставці електронної пошти; робота з MailChimp; робота зі спамом; створення шаблонів емейлів; використання Web-повідомлень в маркетингу підприємства</p> <p>Вміти: створити шаблон емейл розсилки та запустити емейл кампанію з використанням інструментарію</p> <p>Формування компетенцій: ЗК5, ЗК7, ПП1, ПП4, ПП8, ПП10</p> <p>Результати навчання: ПРН1, ПРН 2, ПРН6 – ПРН8, ПРН14, ПРН15</p> <p>Рекомендовані джерела: 1-16</p>	Лекція 11	5,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 11		Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	Лекція 12		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 12		Усне опитування, тестування. Практичне заняття: створення шаблону емейл розсилки та запуск емейл кампанії з використанням інструментарію
<p>Тема 8. Етапи просування продукції на ринок через використання інтерактивних технологій</p> <p>Знати: основні етапи просування продукції на ринок через використання інтерактивних технологій; SMS інформування та Електронні засоби спілкування; реклама продукції, рекламний супровід продажу товарів, процес продажу, мерчандайзинг, паблік рилейшнз, персональний продаж; розрахунок інтегрованої оцінки використання комплексної системи інтерактивних маркетингових комунікацій</p> <p>Вміти: проводити розрахунок інтегрованої оцінки використання комплексної системи інтерактивних маркетингових комунікацій</p> <p>Формування компетенцій: ЗК5, ЗК7, ПП1, ПП4, ПП8, ПП10</p> <p>Результати навчання: ПРН1, ПРН 2, ПРН6 – ПРН8, ПРН14, ПРН15</p> <p>Рекомендовані джерела: 1-16</p>	Лекція 13	5,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 13		Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни Практичне заняття: проведення розрахунку інтегрованої оцінки використання комплексної системи інтерактивних маркетингових комунікацій
	Лекція 14		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 14		Модульний контроль №2 Механізм інтерактивного маркетингу
<p>Тема 6. Участь у форумах, групах новин і дошках оголошень</p> <p>Тема 7. Використання електронної пошти і Web-повідомлення</p> <p>Тема 8. Етапи просування продукції на ринок через використання інтерактивних технологій</p>	Самостійна робота		<p>6) особливості участі форумах, групах новин і дошках оголошень як каналів інтерактивного маркетингу</p> <p>7) основи роботи з електронною поштою через веб – інтерфейс</p> <p>8) основні етапи просування продукції на ринок через використання інтерактивних технологій</p>
МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ			
<ul style="list-style-type: none"> • 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. Зайцева О.О., Болотинюк І.М. Електронний бізнес: Навчальний посібник. / За наук. ред. Н.В. Морзе. – Івано-Франківськ: «Лілея-НВ» – 2015. –
4. 264 с.- <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/669/view/1658>
5. 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>
6. Дрокіна Н.І. Теоретико-методологічні засади функціонування механізму інтегрованого Інтернет-маркетингу: монографія. Дніпро: Середняк Т.К., 2020. 322 с. ISBN 978-617-7893-33-7
7. Vynogradova O., Drokina N., Yevtushenko N., Darchuk V., Irtlach M. Theoretical approaches to the definition of Internet marketing: Ukrainian dimension. *Innovative Marketing*, 2020. 16(1). P. 89-103. DOI [http://dx.doi.org/10.21511/im.16\(1\).2020.09](http://dx.doi.org/10.21511/im.16(1).2020.09) (*Scopus, Google Scholar, Academic Resource Index, SciLit*) -
8. Drokina N. The impact of blockchain technology on the telecom transformation in Ukraine. Електронний науково-практичний журнал «*Інфраструктура ринку*». 2018, Випуск 19/2018. С. 570-577. URL: <https://bit.ly/2MZZh0z> (*Index Copernicus*).
9. Vynogradova O., Drokina N., Darchuk V. Perspectives of online affiliate marketing for Ukrainian enterprises. *Молодий вчений*, 2018. № 4 (56) квітень 2018 р. С.111-119. URL: <https://bit.ly/3fx1M75> (*Index Copernicus*)
10. Дрокіна Н.І. SEO-оптимізація сайту підприємства як інструмент Інтернет-маркетингу. Науковий журнал «*Науковий вісник Ужгородського національного університету*». Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство», 2019. Ч.1. Випуск 19. С.127-132. URL: <https://bit.ly/3d8Fij> (*Index Copernicus*).
11. Дрокіна Н.І. Методологічний інструментарій інтегрованого Інтернет-маркетингу підприємств. Науковий журнал «*Причорноморські економічні студії*», Одеса. 2019. Ч.1. С.258-266 URL: <https://bit.ly/3d2MRjn> (*Index Copernicus*).
12. Дрокіна Н.І. Конкурентний аналіз Інтернет-маркетингу підприємства. *Проблеми системного підходу в економіці* (Національний авіаційний університет), Ч.2. 2019. Випуск 4(72). С.200-211. URL: <http://psae-jml.nau.in.ua/> (*Index Copernicus, Google Scholar, CiteFactor, OAJSE, Eurasian Scientific Journal Index*).
13. Дрокіна Н.І. Концептуальна модель механізму управління інтегрованим Інтернет-маркетингом підприємств телекомунікацій. *Бізнес-навігатор*, 2020. Випуск 1 (57). С.166-175. URL: <https://bit.ly/2CErUPx> (*Index Copernicus; Google Scholar; Crossref*).
14. Виноградова О.В., Дрокіна Н.І. Методичні підходи до оцінки інтегрованого Інтернет-маркетингу підприємств. *Науковий вісник МГУ*. Серія: Економіка і менеджмент. Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2020. №42. С.198-209. URL: <https://bit.ly/2Y4Uxx0> (*Index Copernicus*) - побудовано класифікацію підходів до оцінки ефективності маркетингових заходів в Інтернеті. (0,65 д.а.).
15. Drokina N. Essential digital marketing tools across the RACE planning framework. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. Електронне наукове фахове видання. Дніпро, 2018. Випуск № 5 (16) 2018. С. 124-132 URL: <https://bit.ly/2N4ho5Q>
16. Дрокіна Н.І. Моделі інбаунд та аутбаунд Інтернет-маркетингу підприємства. *Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції*, 2018. №31. С.114-121. URL: <https://bit.ly/3gLWPrz>

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.

КРИТЕРІЇ 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 КONTРOЛЬ	Робота на заняттях, у т.ч.:	
	• 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 розкриття теми, якості інформації, самостійності та креативності матеріалу, якості презентації і доповіді), підготовка реферату	за кожну презентацію (реферат) максимум 3 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 КONTРOЛЬ)	Модульний контроль № 1 «Основи таргетивного маркетингу»	максимальна оцінка – 15 балів
	Модульний контроль №2 «Механізм таргетивного маркетингу»	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 Залік	Метою заліку є контроль сформованості практичних навичок та професійних компетентностей, необхідних для виконання професійних обов'язків. Залік проходить у письмовій формі.	30 балів

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 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	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 (А)

	складних практичних завдань.		
82-89	Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає робочій програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, дає вичерпні пояснення.	Достатній Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни	Добре / Зараховано (B)
75-81	Студент в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає робочій програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати при вирішенні типових практичних завдань, але допускає окремі неточності. Вміє пояснити основні положення виконаних завдань та дати правильні відповіді при зміні результату при заданій зміні вихідних параметрів. Помилки у відповідях/ рішеннях/ розрахунках не є системними. Знає характеристики основних положень, що мають визначальне значення при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, в межах дисципліни, що вивчається.	Достатній Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	Добре / Зараховано (C)
64-74	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений робочою програмою дисципліни, та розуміє постанову стандартних практичних завдань, має пропозиції щодо напрямку їх вирішень. Розуміє основні положення, що є визначальними в курсі, може вирішувати подібні завдання тим, що розглядалися з викладачем, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усувати за допомогою викладача.	Середній Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни	Задовільно / Зараховано (D)
60-63	Студент має певні знання, передбачені в робочій програмі дисципліни, володіє основними положеннями, що вивчаються на рівні, який визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень, студент з труднощами пояснює правила вирішення практичних/розрахункових завдань дисципліни. Виконання практичних / індивідуальних / контрольних завдань значно формалізовано: є відповідність алгоритму, але відсутнє глибоке розуміння роботи та взаємозв'язків з іншими дисциплінами.	Середній Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни	Задовільно / Зараховано (E)
35-59	Студент може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що програму навчальної дисципліни студент виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є невірними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у студента відсутні.	Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни	Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не зараховано (FX) <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>

