

СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»

Лектор курсу		Дарчук Вероніка Геннадіївна, кандидат 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=240	
Галузь знань		073 «Управління та адміністрування»		Рівень вищої освіти		магістр	
Спеціальність		075 «Маркетинг»		Семестр		9	
Освітня програма		«Маркетинг»		Тип дисципліни		Вибіркова	
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:				
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка
	5	150	36	-	36	-	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 компетенцій щодо опанування методів та методологій інформаційно-аналітичних технологій в науковій і практичній маркетингової діяльності

Компетентності відповідно до освітньої програми

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)	Hard-skills / Спеціальні компетентності (СК)
ЗК6. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК8. Здатність розробляти проєкти та управляти ними	ПП 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу ПП 3. Здатність до проведення самостійних досліджень та впровадження їх результатів у сфері 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 ПП10. Здатність до використання інформаційних і комунікаційних технологій, застосування сучасних Інтернет-технологій в управлінні маркетинговою діяльністю

Програмні результати навчання (ПРН)

ПРН 2. Вміти адаптувати і застосувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта .
 ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта .
 ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу .
 ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень .
 ПРН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми	Вид заняття	Оцінювання за тему	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
Розділ 1. Сутність, складові, методологія, принципи інформаційно-аналітичної діяльності			
Тема 1. Інформаційно-аналітична діяльність, як специфічний різновид людської діяльності	Лекція 1	5,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне		Усне опитування, навчальна дискусія «Сучасні тенденції

Знати: сучасні тенденції розвитку цивілізацій, процес глобалізації, інформаційної політики зарубіжних країн Вміти: визначати місце і роль інформаційно-аналітичної діяльності в науковій і практичній діяльності; Формування компетенцій: ЗК 6, ЗК 8, ПП 1, ПП 3, ПП 4, ПП10. Результати навчання: ПРН 2, ПРН7 – ПРН9, ПРН15 Рекомендовані джерела: 1-9	заняття 1		розвитку цивілізацій»
	Лекція 2		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
Тема 2. Універсальність і процес пізнання методів маркетингової аналітики Знати: загальні професійні вимоги до рівня фахової підготовки аналітика; базові моделі, що застосовуються під час аналізу інформаційних явищ. Вміти: використовувати базові інформаційно-аналітичні технології. Формування компетенцій: ЗК 6, ЗК 8, ПП 1, ПП 3, ПП 4, ПП10. Результати навчання: ПРН 2, ПРН7 – ПРН9, ПРН15 Рекомендовані джерела: 1-9	Практичне заняття 2	5,5*	Усне опитування, тестування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	Лекція 3		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 3		Усне опитування, тестування. Доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
Тема 3. Джерела інформації в системі суб'єктно-об'єктних відносин інформаційної діяльності. Знати: сучасні тенденції розвитку цивілізацій, процес глобалізації, інформаційної політики зарубіжних країн Вміти: визначати місце і роль інформаційно-аналітичної діяльності в науковій і практичній діяльності; Формування компетенцій: ЗК 6, ЗК 8, ПП 1, ПП 3, ПП 4, ПП10. Результати навчання: ПРН 2, ПРН7 – ПРН9, ПРН15 Рекомендовані джерела: 1-9	Лекція 4	5,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 4		Усне опитування. Ділова гра: «Професійні вимоги до рівня фахової підготовки маркетолога-аналітика»
	Лекція 5		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
Тема 4. Типологія та класифікація маркетингової інформації Знати: загальні професійні вимоги до рівня фахової підготовки аналітика Вміти: застосовувати інформаційно-аналітичну діяльність у малому та середньому бізнесі. Формування компетенцій: ЗК 6, ЗК 8, ПП 1, ПП 3, ПП 4, ПП10. Результати навчання: ПРН 2, ПРН7 – ПРН9, ПРН15 Рекомендовані джерела: 1-9	Практичне заняття 5	5,5*	Ділова гра «Побудова дорожньої карти процесу глобалізації».
	Лекція 6		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 6		Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
Тема 5. Загальні професійні вимоги до рівня фахової підготовки аналітик Знати: базові моделі, що застосовуються під час аналізу інформаційних явищ. Вміти: впроваджувати концепції трактування суті інформаційного простору Формування компетенцій: ЗК 6, ЗК 8, ПП 1, ПП 3, ПП 4, ПП10. Результати навчання: ПРН 2, ПРН7 – ПРН9, ПРН15 Рекомендовані джерела: 1-9	Лекція 7	5,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 7		Навчальна дискусія: «Вплив світової мережі Інтернет на бізнес-процеси підприємств»
	Лекція 8		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
Тема 6. Поняття «суб'єктів інформаційних відносин». Інформаційні потреби споживачів	Практичне заняття 8	5,5*	Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	Лекція 9		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 9		Навчальна дискусія: «Трактування суті інформаційного простору»
Тема 6. Поняття «суб'єктів інформаційних відносин». Інформаційні потреби споживачів	Лекція 10	5,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 10		Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
Тема 6. Поняття «суб'єктів інформаційних відносин». Інформаційні потреби споживачів	Лекція 11	5,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне		Навчальна дискусія: «Проблеми та тенденції функціонування

<p>Знати: особливості функціонування інформаційного простору України.</p> <p>Вміти: міжнародні правові документи, що регулюють інформаційні відносини.</p> <p>Формування компетенцій: ЗК 6, ЗК 8, ПП 1, ПП 3, ПП 4, ПП10.</p> <p>Результати навчання: ПРН 2, ПРН7 – ПРН9, ПРН15</p> <p>Рекомендовані джерела: 1-9</p>	заняття 11		інформаційного простору України »
	Лекція 12		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 12		Модульний контроль №1 Сутність, складові, методологія, принципи інформаційно-аналітичної діяльності
<p>Тема 1. Інформаційно-аналітична діяльність, як специфічний різновид людської діяльності</p> <p>Тема 2. Універсальність і процес пізнання методів маркетингової аналітики</p> <p>Тема 3. Джерела інформації в системі суб'єктно-об'єктних відносин інформаційної діяльності.</p> <p>Тема 4. Типологія та класифікація маркетингової інформації</p> <p>Тема 5. Загальні професійні вимоги до рівня фахової підготовки</p> <p>Тема 6. Поняття «суб'єктів інформаційних відносин». Інформаційні потреби споживачів</p>	Самостійна робота		<ol style="list-style-type: none"> 1. Характеристика основних рис штучного інтелекту 2. Нейронні мережі 3. Системи підтримки прийняття рішень (СППР) 4. Системи кодування інформації 5. Особливості штрихових кодів 6. Особливості інформатизації економіки. 7. Економічна інформація, її класифікація новидів ІАД. 8. Основні ознаки інформаційної революції
Розділ 2. Практика організації інформаційно-аналітичної діяльності в маркетингу			
<p>Тема 7. Інформаційний процес: суть і значення. Інформаційні посередники, як функціональні складові системи інформаційно-аналітичної діяльності</p> <p>Знати: складники (етапи) інформаційно-аналітичного процесу</p> <p>Вміти: здійснювати комунікації іноземною мовою за професійним спрямуванням; міжнародні правові документи, що регулюють інформаційні відносини</p> <p>Формування компетенцій: ЗК 6, ЗК 8, ПП 1, ПП 3, ПП 4, ПП10.</p> <p>Результати навчання: ПРН 2, ПРН7 – ПРН9, ПРН15</p> <p>Рекомендовані джерела: 1-9</p>	Лекція 13	5,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 13		Усне опитування. Тренінг: «Комунікації іноземною мовою за професійним спрямуванням»
	Лекція 14		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 14		Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
<p>Тема 8. Розвиток засобів інтелектуалізації інформаційної діяльності та організаційні аспекти управління інформаційними ресурсами</p> <p>Знати: інструментарій інформаційно-аналітичного процесу, інформаційні війни, інформаційна безпека України</p> <p>Вміти: розробляти, просувати, реалізовувати і оцінювати ефективність бізнес-проектів</p> <p>Формування компетенцій: ЗК 6, ЗК 8, ПП 1, ПП 3, ПП 4, ПП10.</p> <p>Результати навчання: ПРН 2, ПРН7 – ПРН9, ПРН15</p> <p>Рекомендовані джерела: 1-9</p>	Лекція 15	5,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 15		Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни Усне опитування. Практичне заняття: «Оцінювання ефективності бізнес-проектів»
<p>Тема 9. Практика організації інформаційно-аналітичної діяльності в маркетингу</p> <p>Знати: культуру та перспективи розвитку ІАД в Україні інформаційні стратегії побудови трендів і мегатрендів</p> <p>Вміти: застосовувати маркетингові комунікації в інформаційній діяльності.</p> <p>Формування компетенцій: ЗК 6, ЗК 8, ПП 1, ПП 3, ПП 4, ПП10.</p> <p>Результати навчання: ПРН 2, ПРН7 – ПРН9, ПРН15</p> <p>Рекомендовані джерела: 1-9</p>	Лекція 16	5,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 16		Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни Усне опитування, тестування. Ділова гра: «Організація інформаційно-аналітичної діяльності в маркетингу»

Тема 10. Інформаційні шуми, бар'єри та їх вплив на якісні та кількісні показники інформації <u>Знати:</u> складники (етапи) інформаційно-аналітичного процесу <u>Вміти:</u> використовувати інтелектуальний аналіз даних в бізнес-аналітиці маркетингу на підприємстві <u>Формування компетенцій:</u> ЗК 6, ЗК 8, ПП 1, ПП 3, ПП 4, ПП10. <u>Результати навчання:</u> ПРН 2, ПРН7 – ПРН9, ПРН15 <u>Рекомендовані джерела:</u> 1-9	Лекція 17	5,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 17		Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	Лекція 18		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 18		Практичне заняття: використання інтелектуального аналізу даних в бізнес-аналітиці маркетингу на підприємстві
Тема 11. ЗМІ, як потужний ресурс інформаційного посередництва в маркетинговій діяльності <u>Знати:</u> іструментарій інформаційно-аналітичного процесу, інформаційні війни, інформаційна безпека України. <u>Вміти:</u> застосовувати маркетингові комунікації в інформаційній діяльності <u>Формування компетенцій:</u> ЗК 6, ЗК 8, ПП 1, ПП 3, ПП 4, ПП10. <u>Результати навчання:</u> ПРН 2, ПРН7 – ПРН9, ПРН15 <u>Рекомендовані джерела:</u> 1-9	Лекція 17	5,5*	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 17		Усне опитування, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	Лекція 18		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 18		Модульний контроль №2 Практика організації інформаційно-аналітичної діяльності в маркетингу
Тема 7. Інформаційний процес: суть і значення. Тема 8. Розвиток засобів інтелектуалізації інформаційної діяльності та організаційні аспекти управління інформаційними ресурсами Тема 9. Практика організації інформаційно-аналітичної діяльності в маркетингу Тема 10. Інформаційні шуми, бар'єри та їх вплив на якісні та кількісні показники інформації Тема 11. ЗМІ, як потужний ресурс інформаційного посередництва в маркетинговій діяльності	Самостійна робота		1. Основні елементи маркетингової інформаційної системи. 2. Сучасні інтернет-технології в управлінні маркетинговою діяльністю. 3. Концепція «Нового міжнародного інформаційного і комунікаційного порядку». 4. Інформаційні шуми, бар'єри та їх вплив на якісні та кількісні показники інформації 5. Інформаційний процес: суть і значення.
МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ			
<ul style="list-style-type: none"> • Мультимедійний проектор; • Комп'ютерний клас для проведення практичних занять. 			
ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ			
1. Дарчук В.Г. Аналіз та планування маркетингової діяльності. Навчальний посібник. – Київ: ДУТ, 2019. – 146 с. - [Електронний ресурс]. Режим доступу - http://www.dut.edu.ua/uploads/1_796_67558907.pdf 2. Виноградова О.В., Дрокіна Н.І. Електронний бізнес. Навч. посібник. – Київ: ДУТ, 2018. – 292 с. http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/743/view/1477 3. Воронюк, Антон. Полищук, Александр Актуальний інтернет-маркетинг/ Антон Воронюк. Александр Полищук — К.: «Агентство «ІРІО», 2018. — 160 с. - http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/1798/view/1250 4. 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 5. Федішин І.Б. Електронний бізнес та електронна комерція (опорний конспект лекцій для студентів напрямку «Менеджмент» усіх форм навчання) / І.Б. Федішин. – Тернопіль, ТНТУ імені Івана Пулюя, 2016. – 97 с. - http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/669/view/1659 6. Vynogradova O., Drokina N., Darchuk V. Perspectives of online affiliate marketing for Ukrainian enterprises. <i>Молодий вчений</i> . 2018. № 4 (56) квітень 2018 р. С.111-119. URL: https://bit.ly/3fx1M75 (БД РИИЦ, ScholarGoogle, OAJI, CiteFactor, Research Bible, Index Copernicus). 7. Дрокіна Н.І., Дарчук В.Г., Крижко О.В. Інструменти бізнес-аналітики для візуалізації маркетингових даних. <i>Науковий журнал «Причорноморські економічні студії»</i> . Одеса, 2018. 26/2018. С.128-138. URL: https://bit.ly/3hxBxiv (Index Copernicus).			

8. Дарчук В. Кошіль А Маркетингові інструменти управління нестабільними системами//Наука онлайн: Міжнародний електронний науковий журнал - 2020. - №6. - <https://nauka-online.com/ua/publications/ekonomika/2020/6/marketingovye-instrumenty-upravleniya-nestabilnymi-sistemami/>(*Index Copernicus*).
9. Виноградова О.В., Дрокіна Н.І. Дарчук В.Г. Можливості месенджер-маркетингу для просування товарів та послуг в інтернеті. Економіка. Менеджмент. Бізнес. № 1(30), 2020. - С 11-20. <https://bit.ly/3cE9CKs>

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 КONTРOЛЬ	<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 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 Digital -технологій в управлінні маркетингом»	максимальна оцінка – 15 балів
	Модульний контроль №2 «Інструментарій Digital технологій в управлінні маркетингом»	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	<p>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.</p> <p>Вміє реалізувати теоретичні положення дисципліни в практичних розрахунках, аналізувати та співставляти дані об'єктів діяльності фахівця на основі набутих з даної та суміжних дисциплін знань та умінь.</p> <p>Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включатись в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються. Зменшення 100-бальної оцінки може бути пов'язане з недостатнім розкриттям питань, що стосується дисципліни, яка вивчається, але виходить за рамки об'єму матеріалу, передбаченого робочою програмою, або студент проявляє невпевненість в тлумаченні теоретичних положень чи складних практичних завдань.</p>	<p>Високий</p> <p>Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в робочій програмі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.</p>	Відмінно / Зараховано (А)
82-89	<p>Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає робочій програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною.</p> <p>Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, дає вичерпні пояснення.</p>	<p>Достатній</p> <p>Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни</p>	Добре / Зараховано (В)
75-81	<p>Студент в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає робочій програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати при вирішенні типових практичних завдань, але допускає окремі неточності. Вміє пояснити основні положення виконаних завдань та дати правильні відповіді при зміні результату при заданій зміні вихідних параметрів. Помилки у відповідях/ рішеннях/ розрахунках не є системними. Знає характеристики основних положень, що мають визначальне значення при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, в межах дисципліни, що вивчається.</p>	<p>Достатній</p> <p>Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.</p>	Добре / Зараховано (С)
64-74	<p>Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений робочою програмою дисципліни, та розуміє постанову стандартних практичних завдань, має пропозиції щодо напрямку їх вирішень. Розуміє основні положення, що є визначальними в курсі, може вирішувати подібні завдання тим, що розглядалися з викладачем, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усувати за допомогою викладача.</p>	<p>Середній</p> <p>Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни</p>	Задовільно / Зараховано (D)
60-63	<p>Студент має певні знання, передбачені в робочій програмі дисципліни, володіє основними положеннями, що вивчаються на рівні, який визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень, студент з труднощами пояснює правила вирішення практичних/розрахункових завдань дисципліни. Виконання практичних /</p>	<p>Середній</p> <p>Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни</p>	Задовільно / Зараховано (Е)

	індивідуальних / контрольних завдань значно формалізовано: є відповідність алгоритму, але відсутнє глибоке розуміння роботи та взаємозв'язків з іншими дисциплінами.		
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) В залікову книжку не представляється
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) В залікову книжку не представляється