

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА»

Галузь знань		07 «Управління і адміністрування»	Освітній рівень	бакалавр			
Спеціальність		075 «Маркетинг»	Семестр				
Освітньо-професійна програма		«Маркетинг»	Тип дисципліни	основна			
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:				
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка
	8	240	36	-	36	-	168

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	1. Маркетинг. 2. Поведінка споживачів. 3. Маркетинговий менеджмент
Освітні компоненти для яких є базовою	1. Конкурентоспроможність підприємства. 2. Стратегічне управління. 3. Стратегічний маркетинг. 4. Міжнародний маркетинг
Мета курсу:	надання студентам необхідних теоретичних знань, вивчення і засвоєння теоретичних концептуальних положень маркетингових прийомів, формування і управління товарною політикою.

Компетенції відповідно до освітньо-професійної програми

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)	Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетенції
<p>ЗК 5. Проактивне бачення: здатність моделювати розвиток подій і обирати бажаний; ідентифікувати ключові фактори тієї або іншої ситуації, визначати як вони взаємодіють і які з них вимагають найбільшої уваги</p> <p>ЗК 8. Навички інформаційно-комунікаційних технологій: здатність до використання сучасного програмного забезпечення для обробки, аналізу, представлення інформації, прийняття обґрунтованих фахових рішень; використання інформаційно-комунікаційних технологій та сучасних електронних пристроїв і гаджетів.</p> <p>ЗК 9. Інтегративні навички: уміння застосовувати та інтегрувати знання, уміння і навички та їх ефективно використовувати в умовах швидкої адаптації організацій до вимог зовнішнього середовища.</p>	<p>ПП 1. Здатність до розробки програм управління товарною, ціновою та комунікаційною політикою, товарорухом.</p> <p>ПП 3. Здатність кваліфіковано, професійно, зі знанням справи виконувати роботу, відповідно до посадових обов'язків, ефективно застосовувати технічні прийоми конкретної фахової діяльності.</p> <p>ПП 7. Здатність діагностувати проблеми організації, тобто визначати їх симптоми та причини виникнення, ідентифікувати ступінь складності та важливості проблем і їх наслідки.</p> <p>ПП 8. Здатність усвідомлювати умови ефективності міжнародної сегментації, проведення міжнародних маркетингових досліджень; застосовувати методику аналізу зовнішніх ринків, розробляти стратегії виходу на іноземні ринки</p>

Результати навчання відповідно до освітньо-професійної (програмні результати навчання – ПРН)

ПРН 6. Здатність формувати маркетингову та цінову політику підприємства та розробляти напрями її удосконалення, приймати нестандартні маркетингові рішення.
--

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми	Вид заняття	Тиждень семестру	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
Модуль 1. «Маркетингова товарна політика»			
Розділ 1. ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ			
Тема 1. Суть маркетингової товарної політики Знати: поняття маркетингової товарної політики	Лекція 1	1	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів

<p>Вміти: визначати альтернативні методи прогнозування обсягів продажу</p> <p>Формування компетенцій:ЗК5, ЗК8, ЗК9, ПП1, ПП3, ПП7, ПП8.</p> <p>Результати навчання:ПРН 6</p> <p>Рекомендовані джерела: 1-5</p>	Практичне заняття 1	1	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія, обговорення ситуаційного завдання
<p>Тема 2. Маркетингова концепція товару</p> <p>Знати: поняття товару, види та типи товарів, визначення товарного асортименту</p> <p>Вміти: динаміку попиту і переваги споживачів</p> <p>Формування компетенцій:ЗК5, ЗК8, ЗК9, ПП1, ПП3, ПП7</p> <p>Результати навчання:ПРН 6</p> <p>Рекомендовані джерела: 1-5</p>	Лекція 2	2	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 2	2	Усне опитування, тестування, тематична дискусія, рішення практичних .
	Лекція 3	3	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 3	3	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
<p>Тема 3. Концепція життєвого циклу товару</p> <p>Знати: концепцію життєвого циклу товару та стратегію маркетингу для кожного з них</p> <p>Вміти: визначати методи просування відповідно до характеристик і конкретного етапу життєвого циклу товару;</p> <p>Формування компетенцій:ЗК5, ЗК8, ЗК9, ПП1, ПП3</p> <p>Результати навчання:ПРН 6</p> <p>Рекомендовані джерела: 1-5</p>	Лекція 5	5	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 5	5	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
	Лекція 6	6	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 6	6	Усне опитування, навчальна дискусія. Проведення модульного контролю №1 «Основи маркетингової товарної політики»
<p>Тема 1. Суть маркетингової товарної політики.</p> <p>Тема 2. Маркетингова концепція товару.</p> <p>Тема 3. Концепція життєвого циклу товару.</p>	Самостійна робота	1-6	<ol style="list-style-type: none"> 1. У чому полягає зміст та значення товарної політики підприємства? 2. Назвіть основні ознаки товарної політики підприємства, її елементи. 3. Назвіть учасників процесу товаропостачання. Опишіть функції основних сучасників процесу товаропостачання? 4. Опишіть основні структурні елементи маркетингової товарної політики. 5. У чому зміст життєвого циклу товару? 6. Назвіть основні етапи життєвого циклу товару та охарактеризуйте їх. 7. Управління життєвим циклом товару. 8. Стратегія маркетингу на різних етапах життєвого циклу товару.
Розділ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ТОВАРНОЮ ПОЛІТИКОЮ			
<p>Тема 4. Конкурентоспроможність товару</p> <p>Знати: ринкову атрибутику товарів масового споживання</p> <p>Вміти: розробляти «радар конкурентоспроможності» на основі експертних оцінок</p> <p>Формування компетенцій:ЗК5, ЗК8, ЗК9, ПП1, ПП3, ПП7, ПП8.</p> <p>Результати навчання:ПРН 6</p> <p>Рекомендовані джерела: 1-6</p>	Лекція 7	7	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 7	7	Усне опитування, навчальна дискусія,
	Лекція 8	8	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 8	8	Усне опитування, навчальна дискусія.

<p>Тема 5. Планування продукції Знати: правила створення нових товарів Вміти: працювати з вторинною інформацією і отримувати первинну інформацію про ринкову кон'юнкту Формування компетенцій:ЗК5, ЗК8, ЗК9, ПП1, ПП3, ПП7 Результати навчання:ПРН6 Рекомендовані джерела: 1-6</p>	Лекція 9	9	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 9	9	Усне опитування, навчальна дискусія.
	Лекція 10	10	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 10	10	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
<p>Тема 6. Маркетинг нової продукції Знати: правила створення нових товарів Вміти: динаміку попиту і переваги споживачів Формування компетенцій:ЗК5, ЗК8, ЗК9, ПП1, ПП3 Результати навчання:ПРН6 Рекомендовані джерела: 1-6</p>	Лекція 11	11	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 11	11	Усне опитування, навчальна дискусія «Як реагують споживачі на випуск нової продукції».
	Лекція 12	12	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 12	12	Усне опитування, навчальна дискусія. Проведення модульного контролю №2 «Організація управління маркетинговою товарною політикою»
<p>Тема 4. Конкурентоспроможність товару. Тема 5. Планування продукції. Тема 6. Маркетинг нової продукції.</p>	Самостійна робота	7-12	<ol style="list-style-type: none"> 1. У чому полягає зміст конкурентоспроможності товару? Яке значення має конкурентоспроможності товару? 2. Яка послідовність визначення конкурентоспроможності товарів? 3. Охарактеризуйте основні показники конкурентоспроможності товару та методи їх обчислення. 4. Дайте визначення новому товару та назвіть його ознаки. 5. Коли у підприємства виникає необхідність розробки нового продукту? 6. Опишіть процес планування та створення нового продукту. 7. Що таке ідентифікування продукції, в чому полягає його зміст? Які види ідентифікування продукції Вам відомі? 8. Значення розробки нової продукції для товарної політики підприємств. 9. Етапи планування нової продукції. 10. Генерування ідей нової продукції.
<p>Модуль 2. «Маркетингова цінова політика» Розділ 3. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ</p>			
<p>Тема 1. Концепція ціноутворення. Знати: концепцію ціноутворення Вміти: розробляти концепцію ціноутворення. Формування компетенцій:ЗК5, ЗК8, ЗК9, ПП1, ПП3, ПП7 Результати навчання:ПРН6 Рекомендовані джерела: 1,2, 4,5,6-10</p>	Лекція 13	13	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 13	13	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія.
Тема 2. Чинники ціноутворення	Лекція 14	15	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів

<p>Знати: основні чинники ціноутворення</p> <p>Вміти: визначати основні чинники ціноутворення.</p> <p>Формування компетенцій:ЗК5, ЗК8, ЗК9, ПП1, ПП3, ПП7</p> <p>Результати навчання:ПРН 6</p> <p>Рекомендовані джерела: 1,2,4,5,6-10</p>	Практичне заняття 14	15	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	Лекція 15	16	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 15	16	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія.
<p>Тема 3. Методи ціноутворення</p> <p>Знати: загальні методи ціноутворення</p> <p>Вміти: обґрунтовувати методи ціноутворення.</p> <p>Формування компетенцій:ЗК5, ЗК8, ЗК9, ПП1, ПП3, ПП7</p> <p>Результати навчання:ПРН 6</p> <p>Рекомендовані джерела: 1,2,5,6-10</p>	Лекція 16	17	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 16	17	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	Лекція 17	18	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 17	18	Усне опитування, навчальна дискусія. Проведення модульного контролю №3 «Теоретичні підходи до формування товарної політики»
<p>Тема 1. Концепція ціноутворення.</p> <p>Тема 2. Чинники ціноутворення.</p> <p>Тема 3. Методи ціноутворення.</p>	Самостійна робота	13-17	<ol style="list-style-type: none"> 1. Чим розрізняються залежності ціни від попиту за стандартними товарами та престижним товарам? 2. Як залежить функція попиту від цінних та нецінних факторів? 3. Що таке цінова еластичність попиту? Як вона визначається? 4. Якими методами можна на практиці виміряти попит та його еластичність за ціною? 5. В яких випадках застосовують цінові експерименти і що вони дають? 6. Для яких цілей застосовують метод лінійного згладжування та в чому його сутність? 7. Як проводити цінові опитування? В чому їх переваги та недоліки?
Розділ 4. УПРАВЛІННЯ І ПЛАНУВАННЯ ЦІНИ			
<p>Тема 4. Маркетингова стратегія ціноутворення</p> <p>Знати: формули розрахунку середньої ціни товару; індекси цін Ласпейреса та Пааше</p> <p>Вміти: виконувати цінове сегментування ринку; розраховувати індекс цін Еджуорта-Маршалла-Боулі та Лоу</p> <p>Формування компетенцій:ЗК5, ЗК8, ЗК9, ПП1, ПП3, ПП7, ПП8.</p> <p>Результати навчання:ПРН 6</p> <p>Рекомендовані джерела: 1,2,5,6-10</p>	Лекція 18	18	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 18	18	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	Лекція 19	19	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 19	19	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
<p>Тема 5. Цінові ризики</p> <p>Знати: алгоритм аналізу та методи оцінки цінних ризиків;</p> <p>Вміти: коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу; «управляти» цінними ризиками</p> <p>Формування компетенцій:ЗК5, ЗК8, ЗК9, ПП1, ПП3, ПП7,</p> <p>Результати навчання:ПРН 6</p>	Лекція 20	20	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 20	20	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	Лекція 21	21	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів

Рекомендовані джерела: 1,2,5,6-10	Практичне заняття 21	21	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
Тема 6. Державне регулювання цін Знати: методи прямого і непрямого державного регулювання ціноутворення Вміти: розраховувати величину ціни реалізації, що включає акцизний збір і ПДВ. Формування компетенцій: ЗК5, ЗК8, ЗК9, ПП1, ПП3, ПП7 Результати навчання: ПРН6 Рекомендовані джерела: 1,2,5,6-10	Лекція 22	22	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 22	22	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
	Лекція 23	23	Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів
	Практичне заняття 23	23	Усне опитування, навчальна дискусія. Проведення модульного контролю
Тема 4. Процес прийняття рішення індивідуальним споживачем. Тема 5. Процес прийняття рішення індустріальним споживачем. Тема 6. Маркетингові інструменти впливу на реакцію споживачів.	Самостійна робота	18-23	1. Наведіть класифікацію цінових стратегій. 2. Дайте характеристику ціновим стратегіям, які визначаються рівнем цін. 3. В чому полягає сутність матриці цінових стратегій «ціна-якість»? 4. Дайте визначення і наведіть класифікацію господарських ризиків. 5. До якого виду господарських ризиків відноситься ціновий ризик та які етапи включає алгоритм аналізу цінових ризиків? 6. Як розраховується ціновий ризик за методом експертних оцінок? 7. Дайте визначення і наведіть цілі державної цінової політики. 8. Охарактеризуйте методи прямого і непрямого державного регулювання ціноутворення. 9. На які групи поділяються податки за джерелами сплати? 10. Як за допомогою ПДВ та акцизного збору держава впливає на ціноутворення? 11. Як розраховується величина оптової ціни з акцизом?

МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

- Комп'ютери с програмним забезпеченням для виконання практичних робіт: Googledocs, Googleanalytics, GoogleTrends - проведення та оцінка маркетингових досліджень; HohliBuilder, GoogleCharts, Vizualize-онлайн сервіси для створення інфографіки; Microsoft PowerPoint – візуалізація даних Microsoft Power BI – аналітика та візуалізація даних
- Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран;
- Система дистанційного навчання і контролю Moodle –<http://dl.dut.edu.ua>

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Шканова О. М. Маркетингова товарна політика. Навч. посіб [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1416_33626047.pdf
2. Белявцев М.І., Петенко І.В., Прозорова І.В. Маркетингова цінова політика: Навчальний посібник / М.І. Белявцев, І.В. Петенко, І.В. Прозорова — Київ: Центр навчальної літератури, 2015. — 332 с.
3. Кардаш В. Я.. Маркетингова товарна політика: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / В. Я Кардаш., М. Ю Антонченко— Вид. 3-тє, доп. та перероб. — К.: КНЕУ Електронний ресурс.- Режим доступу: <http://studentbooks.com.ua/content/view/112/44/>
 Окландер М. А., Чукурна О. П.. Маркетингова цінова політика. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 240 с.. Електронний ресурс.- Режим доступу: http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1418_76066421.pdf

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 поважної 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

Форми контролю	Види навчальної роботи	Оцінювання
ПОТОЧНИЙ КІНТРОЛЬ	Робота на лекціях, у т.ч.:	
	• присутність на заняттях (при пропусках занять з поважних причин допускається відпрацювання пройденого матеріалу)	за кожне відвідування 0,5 бала
	• ведення конспекту	за кожну лекцію 1,5 бали
	• участь у експрес-опитуванні	за кожну правильну відповідь 0,25 бала
	Робота на практичних заняттях, у т.ч.:	
	• присутність на заняттях (при пропусках занять з поважних причин допускається відпрацювання пройденого матеріалу)	за кожне відвідування 0,5 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)	за кожну презентацію максимум 10 балів
	• 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 3 бали	
РУБІЖНЕ ОЦІНЮВАННЯ (МОДУЛЬНИЙ КІНТРОЛЬ)	Модульний контроль № 1 «Основи маркетингової товарної політики»	за кожне правильно виконане завдання – 5 балів. максимальна оцінка – 15 балів
	Модульний контроль № 2 «Організація управління маркетинговою товарною політикою»	за кожне правильно виконане завдання – 5 балів. максимальна оцінка – 15 балів
	Модульний контроль № 3 «Теоретичні підходи до формування товарної політики»	за кожне правильно виконане завдання – 5 балів. максимальна оцінка – 15 балів
	Модульний контроль № 4 «Управління і планування ціни»	за кожне правильно виконане завдання – 5 балів. максимальна оцінка – 15 балів
Додаткова оцінка	Участь у наукових конференціях, підготовка наукових публікацій, участь у Всеукраїнських конкурсах наукових студентських робіт за спеціальністю, створення кейсів тощо.	Згідно рішення кафедри
ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ залік	Метою заліку є контроль сформованості практичних навичок та професійних компетентностей, необхідних для виконання професійних обов'язків. Залік проходить у формі співбесіди.	Критерії оцінювання зазначено у таблиці
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 обгрунтовано 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 (А)
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 (В)
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 вивченням матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	Добре / Зараховано (С)
64-74	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений робочою програмою дисципліни, та розуміє постановку 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 (Е)
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, необгрунтованими. 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 (FХ) <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>