

ВІДОКРЕМЛЕНИЙ СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ «ІРПІНСЬКИЙ ФАХОВИЙ
КОЛЕДЖ НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ»

Циклова комісія філологічних дисциплін



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Іноземна мова (за професійним спрямуванням) (англійська)»

(назва навчальної дисципліни)

галузь знань

07 Управління та адміністрування

(шифр і назва галузі знань)

освітньо-професійна
програма

Маркетинг

спеціальність

075 Маркетинг

відділення

Підприємництва

(назва відділення)

2024 рік

Робоча програма «Іноземна мова (за професійним спрямуванням) (англійська)»
(назва навчальної дисципліни)

для студентів
за галуззю знань 07 Управління та адміністрування
спеціальністю 075 Маркетинг
освітньо-професійна програма Маркетинг

«16» серпня 2024 року, - 12 с.

Розробник(и): Алла ПУТРО, викладач першої кваліфікаційної категорії

Робоча програма затверджена на засіданні циклової комісії філологічних дисциплін
Протокол від «16» серпня 2024 року № 1

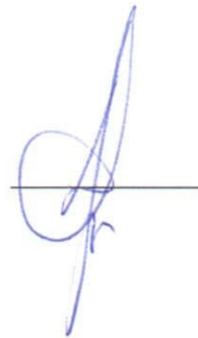
Голова циклової комісії філологічних дисциплін



Л.Клименко

Схвалено методичною радою коледжу.
Протокол від «16» серпня 2024 року № 1

Голова



Д. Костюк

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, освітньо-професійна програма, освітньо-професійний ступінь	Характеристика навчальної дисципліни
		денна форма здобуття освіти
Кількість кредитів – 3	Галузь знань: 07 Управління та адміністрування	Обов'язкова
Модулів – 3	Спеціальність: 075 Маркетинг Освітньо-професійна програма: Маркетинг	Рік підготовки:
Загальна кількість годин – 90		3-й
		Семестр:
		5-й
		Лекції:
Тижневих годин для денної форми здобуття освіти: аудиторних – 5 самостійної роботи – 1		0 год
		Практичні:
		75 год.
		Лабораторні:
		0 год.
	Самостійна робота:	
	15 год.	
	Вид контролю:	
	Екзамен	

Примітка. Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної роботи становить: для денної форми здобуття освіти – 75/15

2. Мета навчальної дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни «Іноземна мова за професійним спрямуванням (англійська)» є формування у здобувачів освіти необхідної комунікативної спроможності професійного та ситуативного спілкування в усній та письмовій формах, навчання іноземній мові як засобу формування іншомовної професійної компетентності майбутніх спеціалістів у галузі управління та адміністрування, а саме у сфері маркетингу.

Перелік компетентностей студентів, що формуються в результаті засвоєння дисципліни:

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 7. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК 8. Здатність працювати в команді.

3. Передумови вивчення навчальної дисципліни

Дана навчальна дисципліна базується на раніше здобутих результатах навчання таких навчальних дисциплін, як «Іноземна мова (англійська)».

4. Очікувані результати навчання

Результати навчання (РН):

РН 2. Володіти державною та іноземною мовами у професійному середовищі.

РН14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.

5. Критерії оцінювання

Критерії оцінювання знань студентів наведено в додатку до робочої програми навчальної дисципліни.

6. Засоби оцінювання

Контрольні заходи включають поточний, модульний та підсумковий контроль знань студента.

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних занять та у процесі здійснення самостійної роботи у таких формах: стандартизовані тести, експрес-опитування, студентські презентації та виступи на наукових заходах, робота в Інтернеті, інші види індивідуальних та групових завдань.

Модульний контроль проводиться з метою оцінки результатів навчання студентів на визначених його етапах.

Підсумковий контроль проводиться з метою оцінки результатів навчання на завершальному етапі.

7. Програма навчальної дисципліни

Модуль 1. Економічне та ринкове середовище

Тема 1. Економіка як наука.

- 1.1. Фактори виробництва. Попит і пропозиція
- 1.2. Поняття економічного ринку.
- 1.3. Ринкова ціна. Роль цін у ринковій економіці.

Модуль 2. Маркетингове середовище

Тема 2. Визначення та поняття маркетингу.

- 2.1. Роль маркетингу в нашому житті. Маркетингове середовище: мікро та макро фактори.
- 2.2. Концепція маркетингу.

Тема 3. Продаж товарів і послуг. Розповсюдження та канали збуту.

- 3.1. Маркетинговий комплекс.
- 3.2. Життєвий цикл товару.

Тема 4. Методи просування товару. Цінова політика.

Модуль 3. Маркетингові стратегії та дослідження

Тема 5. Стратегія маркетингу. Методи планування та прогнозування. SWOT-аналіз.

- 5.1. Сегментація ринку.
- 5.2. Поняття та види маркетингових досліджень.

Тема 6. Медіа стратегія та street marketing.

- 6.1. Реклама. Оголошення

8. Структура навчальної дисципліни

Назви модулів і тем	Кількість годин				
	денна форма				
	усього	у тому числі			
л		сем	п	с.р.	
Модуль 1. Економічне та ринкове середовище					
Тема 1. Економіка як наука.	7		6	1	
Тема 1.1. Фактори виробництва. Попит і пропозиція	7		6	1	
Тема 1.2. Поняття економічного ринку.	7		6	1	

Тема 1.3. Ринкова ціна. Роль цін у ринковій економіці.	7			6	1
Модульна контрольна робота № 1	2			2	0
Разом за модулем 1	30			26	4
Модуль 2. Маркетингове середовище					
Тема 2. Визначення та поняття маркетингу.	5			4	1
Тема 2.1. Роль маркетингу в нашому житті. Маркетингове середовище: мікро та макро фактори.	3			2	1
Тема 2.2. Концепція маркетингу	5			4	1
Тема 3. Продаж товарів і послуг. Розповсюдження та канали збуту	3			2	1
Тема 3.1. Маркетинговий комплекс	3			2	1
Тема 3.2. Життєвий цикл товару	5			4	1
Тема 4. Методи просування товару. Цінова політика	5			4	1
Модульна контрольна робота № 2	1			1	0
Разом за модулем 2	30			23	7
Модуль 3. Маркетингові стратегії та дослідження					
Тема 5. Стратегія маркетингу. Методи планування та прогнозування. SWOT-аналіз	7			6	1
Тема 5.1. Поняття та види маркетингових досліджень	7			6	1
Тема 6. Медіа стратегія та street marketing	7			6	1
Тема 6.1. Реклама. Оголошення	7			6	1
Модульна контрольна робота № 3	2			2	0
Разом за модулем 3	30			26	4
Усього годин	90			75	15

9. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми та зміст семінарських занять	Кількість годин
1.	Не передбачено навчальним планом	

10. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми і зміст практичних занять	Кількість годин
1.	Тема 1. Економіка як наука 1. Види економічних систем та їх характеристика. 2. Економічна діяльність та економічні індикатори.	6
2.	Тема 1.1. Фактори виробництва. Попит і пропозиція 1. Фактори виробництва: земля, праця, капітал і підприємництво. 2. Первинні фактори виробництва: земля і праця. 3. Засоби виробництва: машини, інструменти, устаткування. 4. Еластичність попиту та пропозиції. 5. Крива попиту. 6. Закон попиту.	6

	7. Закон пропозиції.	
3.	Тема 1.2. Поняття економічного ринку. 1. Ринкові структури. 2. Характеристика економічних ринків.	6
4.	Тема 1.3. Ринкова ціна. Роль цін у ринковій економіці. 1. Ринкова рівновага. 2. Цінова система. 3. Процентна ставка. 4. Купівельна спроможність. 5. Закон спадної граничної корисності.	6
5.	Модульна контрольна робота № 1	2
6.	Тема 2. Визначення та поняття маркетингу. 1. Що таке маркетинг? 2. Фактори маркетингу. 3. Завдання маркетингу. 4. Функції маркетингу.	4
7.	Тема 2.1. Роль маркетингу в нашому житті. Маркетингове середовище: мікро та макро фактори. 1. Визначення особливостей й складових маркетингового макро- і мікросередовища. 2. Основні положення STEP-аналізу:	2
8.	Тема 2.2. Концепція маркетингу 1. Що таке концепція маркетингу? 2. Концепції маркетингу та їхні види.	4
9.	Тема 3. Продаж товарів і послуг. Розповсюдження та канали збуту 1. Особливості продажу послуг. 2. Особливості продажу товарів. 3. Умови та методи для продажу: бізнес для бізнесу (business to business, B2B), бізнес для споживача (business to consumer, B2C), від споживача до споживача (consumer to consumer, C2C). 4. Прямі та непрямі канали збуту. 5. Селективне розповсюдження товарів.	2
10.	Тема 3.1. Маркетинговий комплекс 1. Поняття маркетингового комплексу. 2. Базова модель: marketing mix 4P (Product, Price, Place, Promotion). 3. Сутність концепції "4 Ps". 4. Модель AIDA.	2
11.	Тема 3.2. Життєвий цикл товару 1. Концепція ЖЦТ. 2. Етапи життєвого циклу товару: розробка, вихід товару на ринок, зростання, зрілість, насичення, спад.	4
12.	Тема 4. Методи просування товару. Цінова політика. 1. Основні методи просування товару: реклама, стимулювання збуту, паблік рилейшенз (PR), персональний продаж. 2. Ціноутворення. Встановлення ціни «збиткового лідера», встановлення ціни-приманки, встановлення неокругленої ціни, встановлення престижної ціни. Цінова політика. Стратегія високих цін (стратегія зняття вершків), стратегія низьких цін (стратегія проникнення).	4
13.	Модульна контрольна робота № 2	1
14.	Тема 5. Стратегія маркетингу. Методи планування та прогнозування. SWOT-аналіз	6

	<p>1. Цілі маркетингової стратегії: визначення цільової аудиторії, позначення конкурентних переваг, ефективний розвиток бренду, збільшення продажу, вихід на нові ринки.</p> <p>2. Складові маркетингового плану: модель AOSTC.</p> <p>3. Стратегічне планування: SWOT-аналіз.</p>	
15.	<p>Тема 5. 1. Поняття та види маркетингових досліджень</p> <p>1. Види маркетингових досліджень: кабінетні дослідження, Польові дослідження, Пілотні дослідження, панельні дослідження.</p> <p>2. Сутність та методи маркетингових досліджень.</p>	6
16.	<p>Тема 6. Медіа стратегія та street marketing</p> <p>1. Медіа стратегія як частина маркетингового плану.</p> <p>2. Види медіа стратегій: медіа стратегії за географією, медіа стратегії за розміром цільової аудиторії, рекламні медіа стратегії за метою.</p> <p>3. Традиційні та нетрадиційні методи street marketing.</p> <p>4. Цілі street marketing.</p>	6
17.	<p>Тема 6. 1. Реклама. Оголошення</p> <p>1. Реклама на ТБ та радіо.</p> <p>2. Daypart. .</p> <p>3. Вулична реклама.</p>	6
18.	Модульна контрольна робота № 3	2
	Усього годин	75

11. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми і зміст лабораторних занять	Кількість годин
1.	Не передбачено навчальним планом.	

12. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми і зміст самостійної роботи	Кількість годин
1.	<p>Тема 1. Економіка як наука</p> <p>1. Види економічних систем та їх характеристика.</p> <p>2. Економічна діяльність та економічні індикатори.</p>	1
2.	<p>Тема 1.1. Фактори виробництва. Попит і пропозиція</p> <p>1. Фактори виробництва: земля, праця, капітал і підприємництво.</p> <p>2. Первинні фактори виробництва: земля і праця.</p> <p>3. Засоби виробництва: машини, інструменти, устаткування.</p> <p>4. Еластичність попиту та пропозиції.</p> <p>5. Крива попиту.</p> <p>6. Закон попиту.</p> <p>7. Закон пропозиції.</p>	1
3.	<p>Тема 1.2. Поняття економічного ринку.</p> <p>1. Ринкові структури.</p> <p>2. Характеристика економічних ринків.</p>	1
4.	<p>Тема 1.3. Ринкова ціна. Роль цін у ринковій економіці.</p> <p>1. Ринкова рівновага.</p> <p>2. Цінова система.</p> <p>3. Процентна ставка.</p> <p>4. Купівельна спроможність.</p> <p>5. Закон спадної граничної корисності.</p>	1
5.	Тема 2. Визначення та поняття маркетингу.	1

	<ul style="list-style-type: none"> 1. Що таке маркетинг? 2. Фактори маркетингу. 3. Завдання маркетингу. 4. Функції маркетингу. 	
6.	<p>Тема 2.1. Роль маркетингу в нашому житті. Маркетингове середовище: мікро та макро фактори.</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Визначення особливостей й складових маркетингового макро- і мікросередовища. 2. Основні положення STEP-аналізу: 	1
7.	<p>Тема 2.2. Концепція маркетингу</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Що таке концепція маркетингу? 2. Концепції маркетингу та їхні види. 	1
8.	<p>Тема 3. Продаж товарів і послуг. Розповсюдження та канали збуту</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Особливості продажу послуг. 2. Особливості продажу товарів. 3. Умови та методи для продажу: бізнес для бізнесу (business to business, B2B), бізнес для споживача (business to consumer, B2C), від споживача до споживача (consumer to consumer, C2C). 4. Прямі та непрямі канали збуту. 5. Селективне розповсюдження товарів. 	1
9.	<p>Тема 3.1. Маркетинговий комплекс</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Поняття маркетингового комплексу. 2. Базова модель: marketing mix 4P (Product, Price, Place, Promotion). 3. Сутність концепції "4 Ps". 4. Модель AIDA. 	1
10.	<p>Тема 3.1. Життєвий цикл товару</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Концепція ЖЦТ. 2. Етапи життєвого циклу товару: розробка, вихід товару на ринок, зростання, зрілість, насичення, спад. 	1
11.	<p>Тема 4. Методи просування товару. Цінова політика.</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Основні методи просування товару: реклама, стимулювання збуту, паблік рилейшенз (PR), персональний продаж. 2. Ціноутворення. Встановлення ціни «збиткового лідера», встановлення ціни-приманки, встановлення неокругленої ціни, встановлення престижної ціни. Цінова політика. Стратегія високих цін (стратегія зняття вершків), стратегія низьких цін (стратегія проникнення). 	1
12.	<p>Тема 5. Стратегія маркетингу. Методи планування та прогнозування. SWOT-аналіз</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Цілі маркетингової стратегії: визначення цільової аудиторії, позначення конкурентних переваг, ефективний розвиток бренду, збільшення продажу, вихід на нові ринки. 2. Складові маркетингового плану: модель AOSTC. 3. Стратегічне планування: SWOT-аналіз. 	1
13.	<p>Тема 5. 1. Поняття та види маркетингових досліджень</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Види маркетингових досліджень: кабінетні дослідження, Польові дослідження, Пілотні дослідження, панельні дослідження. 2. Сутність та методи маркетингових досліджень. 	1
14.	<p>Тема 6. Медіа стратегія та street marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Медіа стратегія як частина маркетингового плану. 2. Види медіа стратегій: медіа стратегії за географією, медіа стратегії за розміром цільової аудиторії, рекламні медіа стратегії за метою. 	1

	3. Традиційні та нетрадиційні методи street marketing. 4. Цілі street marketing.	
15.	Тема 6. 1. Реклама. Оголошення 1. Реклама на ТБ та радіо. 2. Daypart. . 3. Вулична реклама.	1
	Усього годин	15

13. Індивідуальні завдання

Не передбачено навчальним планом.

14. Інструменти, обладнання, програмне забезпечення

Презентації в PowerPoint, відеоролики, мультимедійний проектор та екран. Навчально-методичне забезпечення з навчальної дисципліни, розміщене у навчально-інформаційному середовищі Moodle.

15. Розподіл балів, які отримують студенти

Модуль № 1 20	Модуль №2 30				Модуль № 3 20			Екзамен	Всього балів
	МКР №1	T2, T2.1, T2.2	T3, T3.1, T3.2	T4	МК №2	T5, T5.1	T6, T6.1		
T1, T1.1, T1.2, T1.3									
ПЗ 1-12	ПЗ 13-17	ПЗ 18-21	ПЗ 22-23		ПЗ 24-29	ПЗ 30-35			
14	6	7	7	7	9	7	7	6	

Шкала оцінювання студентів

Рейтинг студента, бали	Оцінка національна за результатами складання екзамену
90-100	Відмінно
74-89	Добре
60-73	Задовільно
0-59	Незадовільно

16. Рекомендовані джерела інформації

ОСНОВНА

Законодавчі та нормативні документи

1. Програма з англійської мови для професійного спілкування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://im.nmu.org.ua> > esp-curriculum

2. Проект Концептуальних засад державної політики щодо розвитку англійської мови у сфері вищої освіти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.businesslaw.org.ua/konceptualni-zasady-derjavnoi-polityky-schodo-rozvytky-angliiskoi-movy/>

Підручники (навчальні посібники)

3. Мазур Олена, Сочач Катерина Англійська для економістів = English for Economists: навчальний посібник для студентів закладів вищої освіти. – Херсон: ОЛДІ ПЛЮС, 2021. – 232с.
4. Муқан Н.В. Іноземна мова професійного спрямування (англійська мова для маркетологів): навчальний посібник. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. – 436с.

ДОПОМІЖНА

5. Virginia Evans, Jenny Dooley Career Paths: Sales and Marketing: Student's Book. – Oxford: Express Publishing, 2015. – 118p.

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ В ІНТЕРНЕТІ

1. Pearson English Portal | Digital tools [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.pearson.com>
2. Education | Cambridge Core [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.cambridge.org>
3. Новини англійською мовою [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bbc.co.uk/news>
4. Бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua/>
5. Електронна бібліотека. URL: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lib.meta.ua/>

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАТЬ СТУДЕНТІВ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ІНОЗЕМНА МОВА ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ (АНГЛІЙСЬКА)»

Для денної форми здобуття освіти

Оцінювання знань студентів здійснюється за 100-бальною шкалою, з якої 70 балів відведено на навчальну роботу (поточний та модульний контроль) та 30 балів на підсумковий контроль (екзамен). Рейтинг студента із засвоєння навчальної дисципліни у балах переводиться у національні оцінки «Відмінно», «Добре», «Задовільно», «Незадовільно» згідно з табл. 1.

Робочою програмою навчальної дисципліни передбачено вивчення 3-х модулів обсягом 90 годин (3 кредити ЄКТС):

1 модуль - 1 (30 год.) – 20 балів;

2 модуль - 1 (30 год.) – 30 балів;

3 модуль – 1 (30 год.) – 20 балів.

Робочою програмою навчальної дисципліни передбачено застосування 3-х форм контролю знань студентів: поточного, модульного, підсумкового.

1. Поточний контроль.

За кожним елементом модулю, передбаченого робочою програмою навчальної дисципліни, обов'язкова певна форма поточного оцінювання знань. Такими формами можуть бути:

- усне опитування;
- письмова контрольна робота;
- читання, переклад текстів професійного спрямування та його обговорення;
- тестування знань студентів з певної теми;
- виступ на практичних заняттях (з рефератом, в дискусії).

Критеріями оцінки є:

при усних відповідях:

- повнота розкриття питання;
- логіка викладання, культура мови;
- емоційність та переконаність;
- використання основної та допоміжної літератури;
- аналітичні міркування, вміння роботи порівняння, висновки.

при виконанні письмових завдань:

- повнота розкриття питання;
- цілісність, системність, логічна послідовність, вміння формулювати висновки;
- акуратність оформлення письмової роботи.

На практичному занятті оцінюються:

- усні відповіді студентів;
- визначення ступеня вмотивованості студентів щодо вивчення іноземних мов;
- дослідження відповідності знань з іноземної мови, здобутих під час навчання;
- визначення, чи в достатньому обсязі надаються студентам знання з іноземної мови загального та професійного спрямування;
- дослідження переваг та недоліків організації навчального процесу з іноземної мови професійного спрямування;
- участь в обговоренні дискусійних питань;
- участь у ділових, рольових іграх та їх обговоренні;
- аналіз ситуаційних завдань та вміння доведення власної думки;
- реферативні виступи, усні повідомлення тощо.

Оцінювання самостійної роботи студента.

Контроль самостійної роботи студентів здійснюється як під час аудиторних занять (на практичних заняттях), так і у позааудиторний час.

Контроль самостійної роботи передбачає:

- визначення ступеня засвоєння матеріалу;
- визначення якості виконання завдань;
- своєчасне виконання і здача поточних завдань;
- оцінку знань, здобутих у результаті самостійної навчальної роботи.

2. Модульний контроль.

Кожен модуль завершується виконанням студентом модульної контрольної роботи. Модульний контроль є підсумком певного етапу вивчення навчальної дисципліни. Його мета – виявлення проміжних результатів засвоєння студентами змісту навчальної дисципліни. На модульну контрольну роботу передбачено 30% від суми балів, виділених на модуль. Модульна контрольна робота проводиться у тестовій письмовій формі. Критерії оцінювання знань за модульну контрольну роботу наводиться у пояснювальній записці до неї. Оцінка за модуль визначається як сума набраних балів за поточну роботу та за модульну контрольну роботу.

3. Підсумковий контроль.

Формою підсумкового контролю з навчальної дисципліни «Іноземна мова за професійним спрямуванням (англійська)» є екзамен, який проводиться у тестовій письмовій формі. На екзамен виділяється 30 балів. Критерії оцінювання знань студентів за екзамен наводиться у пояснювальній записці до пакета тестових завдань.

Залежно від балів, отриманих за кожний вид навчальної роботи, студент одержує суму балів, яка переводиться в національну оцінку за відповідною шкалою згідно з табл.1:

Таблиця 1. Переведення рейтингу студента за 100-бальною шкалою в оцінку за національною шкалою

Рейтинг студента, бали	Оцінка національна
90-100	Відмінно
74-89	Добре
60-73	Задовільно
0-59	Незадовільно

Оцінка «**Відмінно**» виставляється студенту, який систематично працював протягом семестру, показав різнобічні і глибокі знання програмного матеріалу, вмів успішно виконувати завдання, які передбачені програмою, засвоїв зміст основної та додаткової літератури, усвідомив взаємозв'язок окремих розділів навчальної дисципліни, їхнє значення для майбутньої професії, виявив творчі здібності у розумінні та використанні навчально-програмного матеріалу, проявив здатність до самостійного оновлення і поповнення знань.

Оцінка «**Добре**» виставляється студенту, який виявив повне знання навчально-програмного матеріалу, успішно виконує передбачені програмою завдання, засвоїв основну літературу, що рекомендована програмою, показав достатній рівень знань з навчальної дисципліни і здатний до їх самостійного оновлення та поповнення у ході подальшого навчання та професійної діяльності.

Оцінка «**Задовільно**» виставляється студенту, який виявив знання основного навчально-програмного матеріалу в обсязі, необхідному для подальшого навчання та наступної роботи за професією, справляється з виконанням завдань, передбачених програмою, допустив окремі похибки при виконанні екзаменаційних завдань, але володіє необхідними знаннями для подолання допущених похибок під керівництвом педагогічного працівника.

Оцінка «**Незадовільно**» виставляється студенту, який не виявив достатніх знань основного навчально-програмного матеріалу, допустив принципові помилки у виконанні передбачених програмою завдань, не може без допомоги викладача використати знання при подальшому навчанні, не спромігся оволодіти навичками самостійної роботи.